

UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURÍMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

**“TURISMO CULTURAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO LOCAL DEL
DISTRITO DE HAQUIRA, PROVINCIA DE COTABAMBAS - APURÍMAC”**

Presentado por:

Bach. Mary Luz, Curitumay Alfaro

Bach. Fany Victoria, Abarca Huayna

Para optar el Título de Licenciado en Administración

Abancay, Perú

2021



UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS DE APURIMAC
FACULTAD DE ADMINISTRACION
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



Tesis

**“TURISMO CULTURAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO LOCAL DEL
DISTRITO DE HAQUIRA, PROVINCIA DE COTABAMBAS - APURÍMAC”**

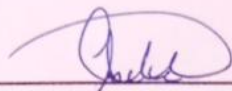
Presentado por:

Bach. Mary Luz Curitumay Alfaro y Fany Victoria Abarca Huayna, Para optar el

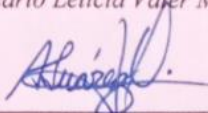
Título de: Licenciado en Administración

Sustentado y aprobado el 29 de marzo del año 2021 ante el jurado evaluador:

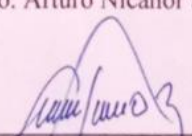
Presidente:


Dra. Rosario Leticia Valer Montesinos.

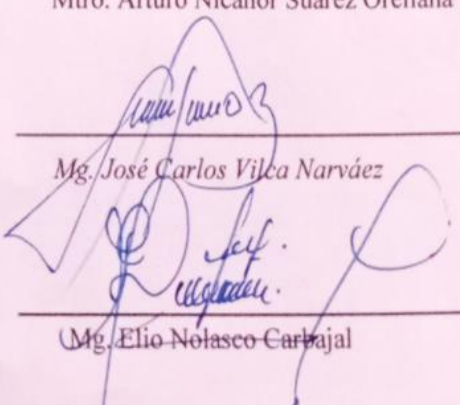
Primer Miembro:


Mtro. Arturo Nicanor Suarez Orellana

Segundo Miembro:


Mg. José Carlos Vilca Narváez

Asesor (es):


Mg. Elio Nolasco Carbajal

Agradecimiento

Nuestro rotundo y sincero agradecimiento a Dios nuestro padre creador del cielo y de la tierra quien nos guía día a día en nuestra vida cotidiana para concluir este camino donde tuvimos muchas barreras, que solo con su bendición pudimos vencerlas.

A nuestros padres queridos quienes tuvieron la valentía, el esfuerzo y la fortaleza de sacarnos adelante para culminar este primer paso para solventar nuestra vida a futuro. No fue fácil el proceso, pero gracias a los intereses de cada uno de nosotras y las ganas de transmitirnos nuestros conocimientos y dedicación que nos ha regido, hemos logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de nuestra tesis con éxito y obtener una afable titulación profesional en Administración.



Dedicatoria

A Dios padre celestial por cuidarme y protegerme en cada momento de mi vida, mis padres quienes fueron los principales actores en cada etapa que di, mi familia mi motor y motivo que por sus incitaciones y apoyos logré dar un paso más en mi vida profesional.

Mary Luz.

A mi padre celestial Dios todo poderoso, a mi Madre Saturnina Huayna Guzmán que está en el cielo quien fue mi motor y motivo para lograr mi objetivo, a mi padre Cervando Amílcar Abarca Gamarra, por sus consejos valiosos, a mis hermanos Nora, Iván y Román por motivarme y a mi pareja Jhon, por su apoyo incondicional.

Fany Victoria.

“TURISMO CULTURAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO LOCAL DEL
DISTRITO DE HAQUIRA, PROVINCIA DE COTABAMBAS - APURÍMAC”

Gestión publica

Esta publicación está bajo una Licencia creative commons



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
CAPÍTULO I.....	6
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	6
1.1 Descripción del problema.....	6
1.2 Enunciado del Problema.....	7
1.2.1 Problema general	7
1.2.2 Problemas específicos.....	7
1.3 Justificación de la investigación.....	8
1.3.1 Justificación socioeconómica	8
1.3.2 Justificación cultural	9
1.3.3 Justificación metodológica	9
CAPÍTULO II	10
OBJETIVOS E HIPÓTESIS	10
2.1 Objetivos de la investigación.....	10
2.1.1 Objetivo general.....	10
2.1.2 Objetivos específicos	10
2.2 Hipótesis de la investigación	11
2.2.1 Hipótesis general.....	11
2.2.2 Hipótesis específicas.....	11
2.3 Operacionalización de variables.....	11
2.3.1 Turismo cultural.....	11
2.3.2 Crecimiento Económico	12
CAPÍTULO III	14

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	14
3.1 Antecedentes.....	14
3.1.1 Antecedentes internacionales.....	14
3.1.2 Antecedentes nacionales	16
3.1.3 Antecedente regional.....	18
3.2 Marco teórico.....	18
3.2.1 Definición del turismo cultural	18
3.2.2 Definición de crecimiento económico	35
3.3 Marco conceptual	38
CAPÍTULO IV	41
METODOLOGÍA	41
4.1 Tipo y nivel de investigación	41
4.1.1 Tipo de investigación.....	41
4.1.2 Nivel de investigación	41
4.2 Método y diseño de investigación	41
4.2.1 Método	41
4.2.2 Diseño de investigación	42
4.3 Población y muestra	42
4.3.1 Población	42
4.3.2 Muestra	43
4.4 Procedimiento de la investigación.....	43
4.5 Técnicas e instrumentos	44
4.7.1 Técnicas	44
4.7.2 Instrumentos.....	45
4.6 Análisis estadístico	47
4.6.1 Prueba estadística.....	47
CAPITULO V.....	48

RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	48
5.1 Análisis de resultados	48
5.1.1 Resultados de datos generales.....	48
5.1.2 Análisis dimensional.....	68
5.1.3 Análisis de la variable 2 (crecimiento económico).....	74
5.2 Contrastación de hipótesis	78
5.2.1 Análisis bivariado “turismo cultural y crecimiento económico”	78
5.2.2 Análisis bivariada “turismo arquitectónico monumental y crecimiento económico”	79
5.2.3 Análisis bivariada “turismo religioso y crecimiento económico”	80
5.2.4 Análisis bivariada “turismo gastronómico y crecimiento económico” ...	81
5.2.5 Análisis bivariada “turismo folclórico y crecimiento económico”	82
5.2.6 Análisis bivariada “turismo familiar y crecimiento económico”	83
5.3 Discusión	85
CAPÍTULO VI	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	89
6.1. Conclusiones.....	89
6.2. Recomendaciones	92
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	93
ANEXOS	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	12
Tabla 2 Actividad comercial del Distrito de Haquira	43
Tabla 3 Escala de interpretación de fiabilidad de alpha de cronbach	46
Tabla 4 Coeficiente de fiabilidad de la variable turismo cultural	46
Tabla 5 Coeficiente de fiabilidad de variable crecimiento económico	46
Tabla 6 Niveles de relación entre variables	47
Tabla 7 Genero de encuestas.....	48
Tabla 8 Edad de los encuestados.....	49
Tabla 9 Actividad económica	50
Tabla 10 Temporada de mayor visita de turistas	52
Tabla 11 Motivo que atrae la visita de turistas	53
Tabla 12 Frecuencia de visita de los turistas.....	54
Tabla 13 Factores que limitan el desarrollo del turismo	56
Tabla 14 Evaluación de la puesta en valor de los atractivos turísticos con la presencia de turistas	58
Tabla 15 Cómo evalúa el fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haquira	59
Tabla 16 Evaluación del crecimiento económico del Distrito de Haquira	61
Tabla 17 El fomento de los atractivos turísticos de Haquira y crecimiento económico local.....	62
Tabla 18 En qué medida la municipalidad impulsa el fomento del turismo local	64
Tabla 19 En qué medida los atractivos turísticos se fomentan a nivel nacional e internacional.....	65
Tabla 20 ¿Cómo evalúa la cantidad de atractivos turísticos que existe en Haquira?..	66
Tabla 21 Distribución de frecuencias del turismo cultural	68
Tabla 22 Distribución de frecuencia del turismo arquitectónico y monumental	69
Tabla 23 Distribución de frecuencia del turismo religioso	70
Tabla 24 Distribución de frecuencia del turismo gastronómico	71
Tabla 25 Distribución de frecuencia del turismo folclórico	72
Tabla 26 Distribución de frecuencia del turismo familiar	73
Tabla 27 Distribución de frecuencia del crecimiento económico	74
Tabla 28 Distribución de frecuencia de los servicios	75
Tabla 29 Distribución de frecuencia de la dimensión bienes.....	77

Tabla 30 Relación entre las variables "turismo cultural y crecimiento económico" ..	78
Tabla 31 Relación entre turismo arquitectónico monumental y crecimiento económico	79
Tabla 32 Relación entre turismo religioso y crecimiento económico.....	80
Tabla 33 Relación entre turismo gastronómico y crecimiento económico	81
Tabla 34 Relación entre turismo gastronómico y crecimiento económico	83
Tabla 35 Relación entre turismo familiar y crecimiento económico	84
Tabla 36 Matriz de consistencia.....	98

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Análisis de género	48
Figura 2 Análisis de edades	49
Figura 3 Análisis de actividad económica a que se dedica.....	51
Figura 4 Análisis con mayor visita de turistas.....	52
Figura 5: Análisis de la temporada con mayor visita de turistas	52
Figura 6 Análisis de motivo que atrae la visita de turistas	53
Figura 7 Análisis de frecuencia de visita de los turistas	55
Figura 8 Análisis de los factores que limitan el desarrollo del turismo.....	57
Figura 9 Análisis de medida con la presencia de turistas los atractivos turísticos puesto en valor.....	58
Figura 10 Análisis de evaluación de fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haquira	60
Figura 11 Análisis del crecimiento económico del Distrito de Haquira.....	61
Figura 12 Análisis de fomento de los atractivos turísticos de Haquira genera el crecimiento económico local	63
Figura 13 Análisis del fomento del turismo local por parte de la municipalidad.....	64
Figura 15 Análisis de la evaluación de la cantidad de atractivos turísticos que existe en Haquira.....	67
Figura 16 Distribución de porcentual de la variable turismo cultural	68
Figura 17 Distribución de frecuencia de la dimensión relacional interpersonal.....	69
Figura 18 Distribución de porcentual de la dimensión turismo religioso.....	70
Figura 19 Distribución porcentual del turismo gastronómico	71
Figura 20 Distribución porcentual del turismo folclórico	72
Figura 21 Distribución porcentual del turismo familiar	73
Figura 22 Distribución porcentual del crecimiento económico.....	74
Figura 23 Distribución porcentual de la dimensión servicios.....	76
Figura 24 Distribución porcentual de la dimensión bienes.....	77

INTRODUCCIÓN

El Turismo desde un enfoque global se ha convertido en uno de los sectores económicos con mayor crecimiento en el mundo y su evolución, en las últimas décadas, ha sido caracterizada por su continua expansión y diversificación. Las llegadas e ingresos, tanto a nivel mundial, como a nivel de las cinco regiones mundiales y a nivel de los diez países más importantes en el ámbito del turismo internacional es muy importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier localidad en términos económicos, sociales y culturales, puesto que genera la afluencia de turistas generando un movimiento económico y es el sostén de muchas familias. Francia, Estados Unidos y España siguen ocupando los primeros puestos en la lista de los países más visitados. México es el único destino latinoamericano que logró posicionarse entre los 10 primeros países con mayores llegadas internacionales con 29,1 millones de visitas. Por ingresos, China y el Reino Unido avanzaron dos posiciones, quedando en los puestos tercero y séptimo respectivamente.

Brida , Monterubbianesi, y Zapata , (2011), El turismo es una rama de la actividad económica que representa aproximadamente el 10% del PIB mundial y esta participación viene creciendo en los últimos decenios. En particular, en Colombia el turismo ha venido registrando un destacado ascenso que no experimentaba desde hace décadas. La evolución de la participación del turismo en el PIB nacional ha mostrado una tendencia a la recuperación, pasando de un 2,21% en 2000 a 2,32% en 2005. La visión para 2011 está encaminada a incrementar en un 100% el nivel actual de ingresos por turismo. Las cifras de empleo generado por el sector correspondiente a hoteles, restaurantes y agencias de viajes registraron un crecimiento del orden de 31,64% en el periodo 2001-2005 pasando de 50,154 puestos de trabajo a 66,02 (p.292).

En el Perú el mayor atractivo turístico Arqueológico se encuentra en la Ciudad de Cusco con la ciudadela de Machu Picchu. Según Valencia, el año pasado la región Cusco recibió a casi 1,2 millones de turistas (en un 35% de Latinoamérica, 30% de Norteamérica, 25% de Europa y 10% de Asia). Y se estima que este año, el número de visitantes crezca en 7%, superando los US\$ 700 millones de dólares que mueve el turismo regional al año. Después del turismo , que concentra el 39% del PBI cusqueño, el segundo sector que mueve la economía regional es la minería (19%).

Chique y Apaza, (2018), en Apurímac la actividad turística se considera en el cuarto puesto. El arribo de turistas a los establecimientos de hospedaje de Apurímac alcanzó

44,356 personas en enero, superior en 15,7% con respecto a enero 2017. Este resultado fue debido a un incremento en la visita de turistas nacionales (16,0%), siendo contrarrestado por una disminución de la llegada de turistas extranjeros (-6,7%). Por procedencia, el incremento de turistas nacionales fue explicado por las mayores visitas provenientes de Arequipa (155,15%) (p.7).

Como es de conocimiento de muchos la Región de Apurímac cuenta con diversas zonas arqueológicas y atractivo turístico, a ello no es ajeno el Distrito de Haquira con su mayor atractivo turístico que es Ccacca Cárcel ubicado en el centro de la ciudad, por esta misma razón muchos lugareños aprovechan estas ventajas para generar alguna actividad económica para el sustento de sus familias, por tanto esta investigación permitirá determinar en qué medida se fomenta la actividad del Turismo Cultural en dicha localidad y como ello influye en el desarrollo económico local.

En el presente trabajo de investigación se abordó sobre los variables de Turismo Cultural y Crecimiento Económico local, la tesis intitulada “Turismo Cultural y Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac”, tuvo como objetivo identificar la relación del Turismo Cultural y Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira Provincia de Cotabambas-Apurímac.

Se utilizó diversas teorías, modelos, enfoques relacionados a las variables de estudio (Turismo Cultural y Crecimiento Económico local) para enriquecer la investigación bajo un sustento teórico la misma que sirve para operativización de las variables, dimensiones e indicadores respectivamente para la elaboración de instrumentos y recolección de datos.

La investigación fue de tipo básica puesto que se enriquecerá con mayores conocimientos a través de los resultados obtenidos, tiene un alcance correlacional porque este tipo de estudios tiene mediante el diseño de investigación transversal aplicando el cuestionario en un determinado momento y por única vez.

El objetivo de la investigación fue determinar en qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

En la tesis contiene seis capítulos, en el 1er capítulo se encuentra planteamiento del problema, 2do. los objetivos e hipótesis, en el 3er capítulo marco teórico referencial, en el 4to. capítulo diseño metodológico, el 5to. capítulo se presenta todo lo relacionado a

descripción de resultados, contrastación de hipótesis y descripción de resultados, y finalmente en el último capítulo se encuentra las conclusiones y recomendaciones.



RESUMEN

El turismo cultural y crecimiento económico Local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac, Como es de conocimiento de algunos estudios, la Región de Apurímac cuenta con diversas zonas arqueológicas y atractivos turísticos, a ello no es ajeno con su mayor atractivo como se denomina Ccacca Cárcel ubicado en el centro de la ciudad, de igual forma Markansaya, por esta misma razón muchos ciudadanos aprovechan estas ventajas para generar alguna actividad económica para el sustento de sus familias.

El objetivo de la investigación fue determinar en qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac. La metodología de investigación ha sido de método deductivo, de tipo básica, diseño no experimental - transaccional, de nivel correlacional, se tomó la población que comprende 60 personas que cuentan con diferentes fuentes de ingreso de la localidad de Haqira. Se ha aplicado la técnica de la encuesta, para cuyos efectos se elaboró un cuestionario de 23 ítems. Para el análisis de los resultados obtenidos se utilizaron el software SPSS 23 y Excel para el procesamiento de datos, se utilizó el estadístico de Rho Spearman.

La fiabilidad del instrumento de la variable 1 turismo cultural mediante el Alfa de Cronbach fue el valor del coeficiente de 0,746, y respecto a la variable 2 crecimiento económico fue de 0,726 con un nivel positiva alto, donde existe una relación significativa entre el Turismo Cultural con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

El resultado de la investigación dio a conocer que existe una relación significativa entre el turismo cultural y crecimiento económico, donde se observa que P valor es igual a 0.000, siendo esta cifra es menor al nivel de significancia (0.005).

Palabras claves: Turismo cultural, arquitectónica, monumental, crecimiento económico.

ABSTRACT

Cultural tourism and local economic growth of the District of Haqira, Province of Cotabambas - Apurímac, As it is known from some studies, the Apurímac Region has several archaeological areas and tourist attractions, it is no stranger to its greater attraction as called Ccacca Jail located in the center of the city, likewise Markansaya for this same reason many citizens take advantage of these advantages to generate some economic activity for the sustenance of their families.

The objective of the investigation was to determine to what extent the promotion of Cultural Tourism is related to the Local Economic Growth of the District of Haqira, Province of Cotabambas - Apurímac. The research methodology has been of deductive method, of basic type, non-experimental-transactional design, of correlational level, the population comprising 60 people who have different sources of income from the town of Haqira was taken. The survey technique has been applied, for which purpose a 23-item questionnaire was developed. For the analysis of the results obtained, the SPSS 23 and Excel software were used for data processing, the Rho Spearman statistic was used.

The reliability of the instrument of the variable 1 cultural tourism through the Cronbach Alpha was the value of the coefficient of 0.746, and with respect to the variable 2 economic growth was 0.726 with a high positive level, where there is a significant relationship between Cultural Tourism with Local Economic Growth of the Haqira District, Province of Cotabambas - Apurímac.

The result of the investigation revealed that there is a significant relationship between cultural tourism and economic growth, where it is observed that P value is equal to 0.000, this figure being less than the level of significance (0.005).

Keywords: Cultural, architectural, monumental tourism, economic growt

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

El turismo entendido como una actividad económica, ha logrado un desarrollo vertiginoso a nivel mundial, convirtiéndose en una alternativa de progreso de países y regiones con potenciales recursos turísticos. Nuestro país es uno de los que cuenta con una gran variedad, heterogeneidad y atractivos turísticos, tanto arqueológicos, culturales, de naturaleza, gastronómicos, folklóricos con fiestas, danzas y expresiones musicales; sin embargo, el Diario Gestión donde indica que el acceso para arribar es una de las principales dificultades en el turismo, también la infraestructura, calidad de atención y servicio hotelera a quienes se espera atender.

El Departamento de Apurímac cuenta con variedad de atractivos turísticos, así como la Provincia de Cotabambas específicamente el Distrito de Haquira con su Famoso Ccacca Carcel, sus Templos Coloniales, etcétera. Sin embargo, existen muchos sitios turísticos arqueológicos e históricos, que se desconocen por un deficiente fomento por parte de sus autoridades y la población en general, como la famosa Cárcel de Piedra que se encuentra en el centro de la ciudad de Haquira, esta es una plataforma pétrea que tiene 15 metros de altura y 12 de ancho, en el centro de aquella se puede observar lo que sería un tribunal de justicia de la Época Colonial en cuya parte inferior se observan carceletas, lo cual es desconocido por falta de fomento y a su vez no se aprovecha de manera apropiada para generar el crecimiento económico de esta zona.

La importancia del turismo en el ámbito local radica en los múltiples beneficios que esta actividad puede generar en la economía del Distrito con áreas adecuadamente desarrolladas, sin embargo, la misma no se aprecia con notoriedad. Esto constituye una razón más, para que el turismo sea adecuadamente planificado y promovido, especialmente por el gobierno local quien tiene las facultades políticas y materiales para generar, gestionar e impulsar esta actividad, en cumplimiento de sus funciones establecidas por la Ley para el beneficio del Distrito de Haquira con sus atractivos turísticos la misma que no se está apreciando, estos centros turísticos arqueológicos se encuentran abandonados por diversos factores

como el desinterés de las autoridades del gobierno central, gobierno regional, gobierno local y de la población, de esta forma se desaprovecha la riqueza que posee la localidad así como la naturaleza, recursos turísticos, cultura, folklor, costumbres y tradiciones, etcétera.

Lo manifestado anteriormente son razones suficientes para plantear una investigación en torno a la variable Turismo Cultural con la finalidad de determinar la relación con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haquira y en función a ello plantear posibles alternativas de solución y de contribuir desde un ámbito académico para el crecimiento del Distrito de Haquira.

1.2 Enunciado del Problema

1.2.1 Problema general

¿En qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Como el Turismo arquitectónico y monumental se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas –Apurímac?
- ¿Como el Turismo religioso se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?
- ¿Como el Turismo gastronómico se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?
- ¿Como el Turismo folclórico se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?

- ¿Cómo el Turismo familiar se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?

1.3 Justificación de la investigación

Ferrer (2010) menciona. “Justificar es exponer todas las razones, las cuales nos parezcan de importancia y nos motiven a realizar una Investigación”.

Optamos realizar la presente tesis porque se vio que el Distrito de Haquira posee varias actividades turísticas, así como: el turismo vivencial, turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo arquitectónico, turismo religioso, turismo folclórico, dado que se ha observado la necesidad de crear una nueva alternativa de desarrollo tomando como base al Turismo Cultural y otras actividades turísticas ya mencionadas, y que se dé en forma conjunta y/o paralela a las ya establecidas como la agricultura, ganadería y frutícola.

El turismo es una gran oportunidad, para generar fuentes de ingreso ya que este es sostenible a lo largo del tiempo, no es solo por un periodo como en caso de la minería que solo tiene una duración temporal, es por ello que planteamos y sugerimos a las autoridades que se realicen proyectos de fomentación de turismo y se brinde toda la información necesaria acerca del turismo cultural.

1.3.1 Justificación socioeconómica

El Distrito de Haquira tiene para aprovechar las actividades turísticas que se encuentra en ella, las autoridades deben tomar conciencia, interés, y contar con capacidad de gestión en lo que concierne al turismo cultural porque se encuentran desahuciadas.

Por ende, que estas actividades turísticas generan una fuente de ingreso económico y porque no aprovechar esa riqueza que existe en la localidad así poder salir de la extrema pobreza, disminuir la desnutrición, sobresalir en educación, salud, y mejorar la calidad de vida de los pobladores de Haquira y así mismo la revaloración de los diferentes monumentos arquitectónicos, costumbres y tradiciones a nivel regional, provincial, y con exclusividad la localidad de Haquira.

1.3.2 Justificación cultural

El Distrito cuenta con variedad de turismo cultural, así como: los carnavales, las fiestas tradicionales y costumbristas, fiestas patronales, etcétera. Donde se practica estas actividades para no perder la tradición que han cultivado nuestros antepasados y revalorando la tradición de la población, es por ello que se recomienda hacer el plan de fomentación a la Municipalidad Distrital de Haqira para que las costumbres no se pierdan y se viva más nuestra antigüedad.

1.3.3 Justificación metodológica

Los instrumentos de investigación elaborados para las variables objeto de estudios han sido validados y se ha demostrado su confiabilidad; lo que viene a ser una contribución metodológica debido a que permite que este cuestionario pueda ser utilizado para medir el comportamiento de las variables en investigaciones básicas o aplicadas.

CAPÍTULO II

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

2.1 Objetivos de la investigación

2.1.1 Objetivo general

Determinar en qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

2.1.2 Objetivos específicos

- Determinar como el fomento del Turismo arquitectónico y monumental se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas - Apurímac.
- Determinar como el fomento del Turismo religioso se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas -Apurímac.
- Determinar como el fomento del Turismo gastronómico se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas - Apurímac.
- Determinar como el fomento del Turismo folclórico se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas -Apurímac.
- Determinar como el fomento del Turismo familiar se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas - Apurímac.

2.2 Hipótesis de la investigación

2.2.1 Hipótesis general

El fomento del Turismo Cultural tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

2.2.2 Hipótesis específicas

- El fomento del Turismo arquitectónico y monumental tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.
- El fomento del Turismo religioso tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.
- El fomento del Turismo gastronómico tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.
- El fomento del Turismo folclórico tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.
- El fomento del Turismo familiar tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

2.3 Operacionalización de variables

2.3.1 Turismo cultural

Según Quesada (2000), es un conjunto de ideas, técnicas, costumbres y practicas artísticos que configuran el estado de desarrollo material y social de un pueblo, de un grupo étnico o del conjunto de la humanidad.

De esta forma tendríamos que existen los siguientes subsegmentos: turismo familiar (visita a familiares y amigos), turismo religioso (peregrinaciones o visitas de lugares o templos religiosos), turismo étnico (visita de lugares donde reside un grupo étnico peculiar), turismo político (eventos, lugares o manifestaciones de trascendencia política), turismo arquitectónico y monumental (visita de ciudades, edificaciones o monumentos singulares), turismo gastronómico (visita de lugares destacados por su cocina), turismo folclórico(participación en actividades y manifestaciones folclóricas) turismo educativo (viajar para aprender o ampliar conocimientos), turismo artístico (asistencia a lugares y eventos de carácter artístico) (p. 01-102).

2.3.2 Crecimiento Económico

Según Parkin (2014), el crecimiento económico es resultado del cambio tecnológico y de la acumulación del capital. El cambio tecnológico es desarrollo de nuevos bienes y mejores formas de producir bienes y servicios. La acumulación de capital es el incremento de los recursos de capital, incluyendo el capital humano. Sin embargo, si empleamos nuestros recursos para desarrollar nuevas tecnologías y producir capital, nos vemos forzados a disminuir nuestra producción de bienes y servicios de consumo (p. 38).

Definición operacional de las variables: en la siguiente investigación la variable independiente es el Turismo Cultural dentro de ello las dimensiones que se va considerar son: turismo arquitectónico y monumental, turismo religioso, turismo gastronómico, turismo folclórico y turismo familiar, de igual forma para la variable dependiente que es el Crecimiento Económico se considera las dimensiones de servicio y bienes.

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicadores	Escala de medición	Recodificación
Variable independiente: Turismo Cultural	1.1. Turismo arquitectónico y monumental	1.1.1. Visitas al Patrimonio arquitectónico y monumental	El investigador considera la escala de tipo Likert, para medir las percepciones de los encuestados [Muy poco = 1] [Poco = 2] [Regular = 3] [Bueno =4] [Muy bueno =5]	[4-9] 1=baja [10-14]=moderada [15-20]=alta
		1.1.2. Cantidad de turistas que visitan a las edificaciones		
	1.2. Turismo religioso	1.2.1. Visitas a los templos coloniales		[3-6]=1 baja [7-11]=2 moderada [12-15]= 3 alta
		1.2.2. Promedio de visitas por festividades religiosas		
		1.2.3. Participación por celebraciones religiosas		
	1.3. Turismo gastronómico	1.3.1. Visita por los platos típicos		[2-4]=1 baja [5-7]= moderada [8-10]= alta
	1.4. Turismo folclórico	1.4.1. Participación en actividades y manifestaciones		
	1.5. Turismo familiar	1.5.1. Visita familiar		
		1.5.2. Visita amigos		
Variable dependiente: Crecimiento Económico	1.6. Servicios	1.6.1. Tipo de servicios ofrecidos	[Muy baja =1] [Baja =2] [Moderada =3] [Alta =4] [Muy alta =5]	[8-18]=1 nada satisfecho [19-21]= 2 regularmente satisfecho [30-40]=3 satisfecho
		1.6.2. Cantidad de empresas que ofrecen servicios		
		1.6.3. Costo de servicios		
		1.6.4. Servicio de turistas		
			[Nada satisfecho = 1] [Poco satisfecho = 2] [Regularmente satisfecho = 3] [Satisfecho = 4] [Muy satisfecho = 5]	[2-4]=1 nada satisfecho [5-7]= 2 regularmente satisfecho [8-10]=3 satisfecho
		1.6.5. Ingresos económicos		
		1.6.6. Oportunidad laboral		
	1.7. Bienes	1.6.7. Cantidad de clientes		
		1.7.1. Cantidad de Productos vendidos		
		1.7.2. Cantidad de tiendas artesanales		

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedentes internacionales

Según Muñoz, (2016); en su tesis titulado *“Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del Cantón Chone”*, Barcelona, en la universidad de Barcelona para la obtención del título de ingeniera en turismo; con el objetivo general de diseñar un circuito gastronómico de la comida típica manabita que posibilite el desarrollo turístico en el destino cantón Chone. Metodología explicativa y descriptiva, con una población de 96 personas, instrumento; encuesta y con 17 ítems.

Resultados; La economía del cantón Chone se mueve a ritmo de la ganadería, es el cantón con mayor hato ganadero del país y cuenta con 260.000 reses. El 85% de la población de este cantón está relacionada directa o indirectamente con este negocio. Como actividad complementaria, unos 200 a 300 mil litros de leche se producen diariamente, distribuidas en: el 71% a la producción de queso que es destinado 27 al consumo local, provincial y nacional, identificándose como el “Queso Chonero”; el 22% para la venta a industrias, y el 7% a consumo de leche cruda. Conclusión; Se estableció que tipo de segmento de mercado turístico visita Chone logrando establecer el perfil del visitante e identificar sus principales intereses, necesidades de tal manera que el circuito gastronómico este acorde a lo que el turista potencial espera.

Según Echevarria, (2015); *“El folclore social y su aporte al desarrollo del turismo cultural del cantón Ambato Provincia de Tungurahua.”* - Ecuador, para la obtención del título de Licenciada. Como objetivo general se tiene; profundizar el conocimiento del Folclore Social direccionado a impulsar el desarrollo del Turismo Cultural del Cantón Ambato Provincia de Tungurahua. Modalidad básica, nivel descriptiva, exploratoria y explicativa, con una población de 400 personas, técnica; observación, encuesta y entrevista, instrumento; guía de cuestionario con 9 ítems.

Resultados: podemos darnos cuenta que dentro de las Parroquias en las que se ha realizado la investigación existe un bajo nivel de conocimiento cultural, para lo pobladores, acerca de los recursos y patrimonio que posee, y también para los turistas que visitan cada sitio puesto que, si no existe una adecuada información y promoción de los atractivos, especialmente de las fiestas populares tampoco existirá un adecuado desarrollo del turismo. Conclusión; existe un descuido en la organización de los eventos culturales en las zonas rurales del cantón Ambato por lo que la afluencia de turistas extranjeros es mínima, El turismo es una de las mayores fuentes de riqueza para el futuro, por lo que se necesita buscar mayores alternativas de promoción del Folclore Social, especialmente de las celebraciones tradicionales únicas de cada Parroquia para potencializar la llegada de visitantes.

Según Cabrera (2016), *“Estudio para la implementación de una ruta turística religiosa católica en el Cantón Quevedo, año 2016.”* en la Universidad de Guayaquil, para la obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería. Con el objetivo general, Realizar un estudio para la implementación de una ruta turística religiosa católica en el cantón Quevedo, tipo de investigación de campo y bibliográfico, método inductivo, tamaño de la población 40.599 y muestras 381 personas religiosas católicas, instrumento, cuestionario, con 10 ítems.

Resultados, señala que el turismo religioso católico en Quevedo es regular, lo que indica la ausencia de este tipo de turismo, la finalidad de nuestra investigación es fomentar el turismo religioso y este resultado proporciona un balance positivo para implementar una propuesta turística diferente en nuestra ciudad. Conclusiones, Se puede concluir que, el Cantón Quevedo, no ha alcanzado su máximo desarrollo turístico religioso católico, el mismo que necesita ser potencializado, puesto que en la ciudad existe el fervor religioso del catolicismo para impulsar este tipo de turismo, que sería de gran importancia y en beneficio para su desarrollo socio-cultural-religioso.

3.1.2 Antecedentes nacionales

- a) Según Davila, (2015), en su tesis titulado *“Atractivos turísticos culturales: tipo histórico y nivel de satisfacción del turista en la ciudad de Iquitos, periodo 2015”* Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Para optar el Grado Académico de Magister en Gestión Empresarial. El objetivo principal es Identificar los atractivos turísticos cultural de tipo Histórico: arquitectura, monumentales, poblados típicos, folklor y fiestas tradicionales en la ciudad de Iquitos, visitados por el turista, a través de un Cuestionario. Tipo de investigación descriptivo, diseño no experimental, nivel correlacional. La población fue de 382, con instrumento de medición; cuestionario y la escala tipo Likert, la técnica que fue empleada fue la entrevista. Resultado; estos resultados obtenidos nos permiten afirmar que los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Iquitos durante su estadía, mayormente se concentran en actividades turísticas urbanas, es decir principalmente abordan los sitios arquitectónicos y monumentales; por lo que es oportuno incrementar el desarrollo de otros atractivos urbanos como entretenimiento, etc. u otras opciones complementarias para el turismo en Iquitos, capital del Dpto. de Loreto. En conclusión, el 73.8% de turistas refirieron estar satisfechos con los atractivos turísticos de tipo históricos: arquitectura y monumentales y solo 26.2% refirieron estar insatisfechos.
- b) Según Delgado, (2015), en su tesis titulado *“El turismo receptivo y su aporte al crecimiento económico en la región la libertad periodo: 2005 – 2014”*, Trujillo. En la universidad Nacional de Trujillo para obtener título de economista. Con el objetivo general, analizar si el turismo receptivo aporta en el crecimiento económico de la región La Libertad, durante el periodo 2005 – 2014. Tamaño de la población es de 10 turistas y el instrumento de medición es producto interno bruto y 19 ítems. Resultados; el PBI de la región se encontraba en 6 mil millones de nuevos soles y ha venido manteniendo esta tendencia (al alza) durante el resto de años del periodo de estudio. La crisis internacional no causó estragos en el crecimiento de la economía Liberteña. Finalmente, en el

año 2014, se reportó un crecimiento de 87.58% (en comparación de 2005), al pasar de 6 mil 056 millones de nuevos soles a 11 mil 361 millones. Conclusión; durante el periodo 2005 – 2014, el crecimiento económico de la región la Libertad, medido a través del PBI, ha mostrado un crecimiento sostenido. El crecimiento que se reportó, entre el año 2005 – 2014, fue de 87.58%, al pasar 6 mil 056 millones de nuevos soles a 11 mil 361 millones. Los sectores que más contribuyen a dicho crecimiento a lo largo del periodo analizando son los sectores agricultura, manufactura, minería y comercio, constituyendo en conjunto casi 60% del PBI Regional.

- c) Según Paucar Ccahuana & Valderrama Perez , (2015) en su tesis titulado, *“El sector turismo y su impacto en el crecimiento económico de la región cusco, durante el período 2004- 2014”* en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, para obtención de título profesional. Con objetivo general, Determinar y explicar el efecto del turismo sobre el crecimiento económico, el empleo y la pobreza de la Región Cusco, así como los lineamientos de política económica orientados al sector durante el periodo 2004 - 2014. Tipo de investigación explorativa descriptiva y correlacional, el diseño fue no experimental longitudinal y la población empleada fue la Región Cusco con 1 308 806 habitantes localizándose en la parte sur-oriental del territorio nacional. Resultados; la relación entre las variables, en esta parte los modelos econométricos nos permiten visualizar gráficamente la tendencia o el comportamiento de las variables en estudio y en el periodo determinado. También cabe mencionar la estacionalidad de las variables en estudio. Conclusiones, Con respecto a la hipótesis general se puede decir que, el sector turismo, se ha consolidado a nivel nacional y en específico en la Región Cusco, como un elemento fundamental de crecimiento y consigo el desarrollo dentro de la economía. Es así como se muestran en los resultados de los modelos macroeconómicos de crecimiento económico, empleo y pobreza en el periodo de estudio, 2004 - 2014 que el sector turismo influye en el crecimiento económico, empleo y pobreza positivamente.

3.1.3 Antecedente regional

- a) Según Contreras, (2016), *“Los recursos turísticos y su influencia en el crecimiento de la actividad turística”*, en la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, para obtener el título profesional de administración. Con el objetivo general, determinar los recursos turísticos y su influencia en el crecimiento de la actividad turística en la provincia de Abancay - 2014. Tamaño de la población 383, instrumentos; cuestionario y análisis documental, 26 ítems. Resultado; el presente informe se puede deducir que la actividad turística es un gran generador de ocupación, y no solo por el número de puestos de trabajo directo que requieren las instalaciones turísticas (hoteles, apartamentos, restaurantes), sino también por los que se originan de forma indirecta (los que cubren el suministro de turistas: construcción, transporte, agencias de viaje, casas de cambio, seguridad) e inducida (los que surgen de la demanda por parte de los empleados directos e indirectos del turismo: comercio, bancos, espectáculos). Por tanto, si los recursos son con los que se cuenta, son bien aprovechados, la actividad turística se podría convertir en el principal sector socioeconómico del mundo y una de las primeras partidas al comercio internacional. Conclusión; con respecto al objetivo correspondiente determinar la influencia de los recursos turísticos en el crecimiento de la actividad turística, nuestros resultados establecen la importancia de la puesta en valor de dichos recursos para su preservación, mantenimiento y fines económico; cabe resaltar que esta tarea recae sobre la responsabilidad de aquellas organizaciones inmersas en el desarrollo turístico como el gobierno regional y locales, así mismo de sus órganos de dependencia y ONGs.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Definición del turismo cultural

Según Quesada (2000), indica que: El turismo cultural desde sus orígenes, los viajes han estado íntimamente ligados con el deseo del hombre por conocer la forma en que viven otros, así como sus costumbres y maneras de expresarse, de este modo, el turismo cultural es practicado por quienes viajan

motivados por el disfrute y la permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros recursos turísticos (p.101).

Todo esto significa que existen abundantes razones para hacer turismo cultural y esas motivaciones e interés específicos permiten segmentar a un más este grupo, en virtud del objetivo principal del viaje. de esta forma tendríamos que existen los siguientes subsegmentos: turismo familiar (visita a familiares y amigos), turismo religioso (peregrinaciones o visitas de lugares o templos religiosos), turismo étnico (visita de lugares donde reside un grupo étnico peculiar), turismo político (eventos, lugares o manifestaciones de trascendencia política), turismo arquitectónico y monumental (visita de ciudades, edificaciones o monumentos singulares), turismo gastronómico (visita de lugares destacados por su cocina), turismo folclórico (participación en actividades y manifestaciones folclóricas) turismo educativo (viajar para aprender o ampliar conocimientos), turismo artístico (asistencia a lugares y eventos de carácter artístico) (p.101-102).

De acuerdo a la definición mencionada hoy en día el turismo cultural viene a ser un proceso de crecimiento y desarrollo económico ya que anteriormente solo se daba el turismo arqueológico, hoy en día los turistas optan diferentes tipos de turismo, así como: turismo vivencial, turismo gastronómico, ecoturismo, turismo de aventura, turismo terapéutico, etcétera. y gracias a la actividad turística y turismo cultural la economía en nuestro país es relevante es por ello que se hace este tipo de investigaciones para hacer ver que la publicidad, fomentación, dar información de las diferentes actividades turísticas que posee cada región son opciones para que el turismo continúe creciendo y desarrollándose económicamente.

3.2.1.1 Sub segmentos de turismo cultural

El turismo arquitectónico y monumental

Según Troitino (1998), indica que:

En sentido estricto, nada impide un aprovechamiento multifuncional de los edificios con valor monumental. En este sentido, es deseable

un acondicionamiento de determinados espacios de algunos monumentos (patios, salas de especial valor, etcétera.) para la visita turística. El reto consiste en compatibilizar el uso turístico con el desarrollo de las actividades propias del edificio (administrativas, universitarias, asistenciales, etcétera) (p.46).

En las regiones de nuestro país existen diversos turismos arquitectónicos y monumentales los cuales no se dan uso por que se desconoce la existencia de estas. no llegan los turistas a falta de fomentación, información, publicidad y promoción, es por ello que nosotros planteamos que se de el reconocimiento a cada arquitectura que posee diferentes lugares.

Turismo religioso

Según Ibañez y Cabrera (2011), indica que:

Son desplazamientos de personas por motivos de fervor y devoción religiosa, no importando el sexo, credo o estatus social, ya sea con la finalidad de cumplir un voto o una promesa, pedir algún tipo de beneficio o dar gracias por algún beneficio ya recibido. A diferencia del turismo tradicional, este tipo de turismo hace visitas por ocasiones repetidas al mismo sitio en un periodo menor y, por tanto, resulta más fiel al sitio que visita (p.92).

Según Moreno y Coromoto (2010), indica que:

El turismo religioso como parte del turismo de afinidad, es motivado por la curiosidad e interés por conocer monumentos, templos, sitios o eventos que simbolizan un credo (personaje, templo o lugar de acontecimiento religioso). El turismo religioso está representado por las romerías y peregrinaciones que los fieles realizan a lugares sagrados para el cumplimiento de compromisos de credo (p.15)

En el Distrito de Haquira se aprecia bastante este tipo de turismo, ya que en este se lleva diferentes festividades religiosas, durante el año

se observa cuatro celebraciones a las que participan cantidad de turistas de distintas localidades unos por devoción o fe, otros por practicar la costumbre y diversión. Así mismo el Distrito cuenta con cinco templos coloniales que llama la atención de turistas porque se conservan aun siendo antiguas, y estos no son aprovechados por el desinterés de las autoridades locales.

Turismo gastronómico

Según Torres (2011), señala que:

Hay turistas que “se alimentan” y otros que “viajan para comer”. Estos turistas que interesados por la comida realizan su búsqueda desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica, aunque el objetivo final es encontrar placer. El último caso difiere de los turistas que sólo se alimentan, porque éstos ven a la comida desde una perspectiva fisiológica que no los motiva a viajar. Por lo tanto, los turistas gastronómicos son, sin duda, aquellos que buscan comida; siendo la gastronomía, en este caso, el principal atractivo (p.3).

La gastronomía del Perú se encuentra en los primeros lugares a nivel internacional, porque cada región posee variedad de platos típicos succulentos donde los turistas prefieren nuestra gastronomía peruana dentro de los platos típicos se menciona: el ceviche, causa rellena, el arroz con pato, el cuy chaqtado, el chiriuchu, el rocoto relleno, el cuy al palo, etcétera. Se sugiere seguir transmitiendo, difundiendo y revalorando la riqueza peruana.

Turismo folclórico

Según Ortiz Molina (2012), indica que:

El folklore puede ser: saber tradicional, anónimo y colectivo de los pueblos. Desde la óptica cultural el folklore abarca la música y la literatura: música vocal e instrumental, danzas, poesías, cuentos, leyendas, refranes, proverbios; la pintura, escultura (tallas, grabados,

dibujos...) y arquitectura popular; la religión en lo que atañe a la celebración de determinados ritos, devociones y fiestas; ciencia popular: todo el saber respecto a propiedades de las plantas, tierras, medidas, tintes, astros... Por lo que respecta al punto de vista material, el folklore abarca infinidad de cosas: vivienda, ajuar, menaje, herramientas, aperos de labranza, de pesca, de caza, de labores, de industria textil, cocina popular (p.68).

El folklore es determinado como danzas típicas de cada región donde cada pueblo manifiesta sus tradiciones y costumbres, es así que el Distrito de Haquira posee diversas danzas folclóricas donde se tiene que apreciar y difundir a través de diferentes medios de comunicación.

Turismo familiar

Según la organización internacional de turismo social (2011), indica que:

Una perspectiva multidisciplinaria sobre el turismo familiar abordando diversos tipos de familias; cómo los padres y los niños influyen los comportamientos de viaje, actualmente y en el futuro y cómo las vacaciones familiares pueden estar también vinculadas al estrés. "El turismo familiar: perspectivas multidisciplinarias" provee una recopilación de temas conceptuales en todo el mundo, con la finalidad de proporcionar una gama de perspectivas vinculadas por un tema común del turismo de la familia (p.1).

El turismo familiar se da en la población de Haquira y en otras localidades de la región, este tipo de turismo se aprovecha viajar en familia por diferentes motivos y ocios, en el caso de la Provincia de Cotabambas viajan por estas razones: por la naturaleza, vacaciones de diversión, por los carnavales, por las fiestas costumbristas, fiestas patronales, y otros. Esto deja un ingreso económico al lugar que visita.

3.2.1.2 Porque se hace turismo

La necesidad de viajar

Según la Nueva enciclopedia (2016), menciona que:

Las motivaciones de los viajes a lo largo de la historia han sido bastante claras: creencias religiosas, beneficios económicos, guerras, huidas, migraciones. Podría dar la impresión de que los motivos que no se han citado, viajar por placer, por ejemplo, son totalmente comprensibles.

Si pensamos en la necesidad de cambio, de diversión, de nuevos paisajes, de nuevas experiencias, encontramos que los que encabezan la lista de medios para satisfacer estas necesidades son los viajes y las vacaciones. De hecho, muchos psicoterapeutas postulan que existe una necesidad básica de diversión y libertad, y con toda seguridad el viaje de placer es un recurso importante para satisfacer en buen grado esta necesidad (p.128-129).

En la actualidad los turistas tienen diferentes necesidades a las cuales satisfacer así como: viajar para descubrir nuevos lugares, el deporte, por salud, estudios, por trabajo de investigación, ocio, y otros es por ello que aprovechan hacer turismo en el lugar de destino incrementando ingresos a la región visitada.

3.2.1.3 Importancia del turismo en la sociedad y la economía

Según la Nueva enciclopedia (2016), indica que:

El turismo afecta la economía de la región visitada, pero sin embargo se pueden discutir la extensión de su efecto, sus implicaciones y sus repercusiones. Gran parte de la investigación sobre el turismo tiene que ver con el impacto económico que este provoca en un estado, nación, isla o comunidad (p.151).

El turismo es de mucha importancia ya que este genera beneficio económico al lugar, a la comunidad, región, país visitado; dejando

ingresos económicos directa e indirectamente a diferentes rubros de negocios, el turista internacional es quien deja mayor ingreso que en su país.

3.2.1.4 CONSECUENCIAS DEL TURISMO

Según la Nueva enciclopedia (2016), menciona que:

En las áreas bien desarrolladas, el turismo puede enriquecer a sus habitantes dando origen a más comerciantes, teatros y restaurantes, con lo que el residente puede disponer de opciones que anteriormente no tenía a su alcance. En áreas menos desarrolladas, sin embargo, los enclaves turísticos pueden ser fuente de frustración y resentimiento al estar provistas estas pequeñas zonas frecuentadas por turistas con buenas carreteras, un sistema de abastecimiento de agua adecuado y demás servicios, mientras que el resto de la comunidad permanece como siempre (p. 152-153).

El turismo tiene ventajas y desventajas dependiendo que hay lugares bien desarrollados que cuentan con todo lo necesario para un turista y otros espacios que no están bien desarrolladas es por ello que no se da adecuadamente el turismo en lugares olvidados o lejanas geográficamente que se les imposibilita a los turistas viajar por diferentes circunstancias, así como: falta de asfaltación de carreteras, transportes adecuados, implementación de tecnología y medios de comunicación.

3.2.1.5 Que aportan económicamente el turismo

Según la Nueva enciclopedia (2016), menciona. “El turismo puede aportar sustancias cantidades de dinero que compensen el gasto de las importaciones del país. Algunos estados son en gran medida autosuficientes o lo que podrían ser, pero necesitan las divisas extranjeras fomentadas por el turismo” (p.155).

Los primeros beneficiarios del turismo son probablemente los propietarios de terrenos, los urbanistas y demás negociantes que

proporcionan transportes, alojamientos, comida y bebida, visitas turísticas y otras diversiones para los viajeros. Los propietarios de tierras y especuladores son probablemente los primeros en beneficiarse y, en muchos casos, los que lo hacen de forma más impresionante. Cuando se ha desarrollado una industria turística, el valor de la tierra se dispara en toda la zona accesible para el turista y a su alrededor (p.156).

El turismo contribuye ingresos economicos no solo a los restaurantes, hospedajes , transportes sino tambien generaria mas empleo para las familias del Distrito de haquira, para los pequeños negociantes como artesanos, quioscos, y otros. en tal medida los fuentes de ingresos se estaria invirtiendo en mejoramiento, crecimiento y desarrollo de la localidad, para disminuir la pobreza, desnutricion, educacion, salud, etcetera.

3.2.1.6 Organismos y lineamientos del turismo

Organización Mundial del Turismo (2008), al considerar que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su sitio de residencia habitual por motivos personales o negocios / profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (p.1).

Como tal el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio aspecto de agentes involucrados por el turismo, es necesario optar por un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy

recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Ministerio de Comercio Exterior del turismo (2010), es la máxima autoridad encargada de los temas de comercio exterior del Estado Peruano y la promoción del turismo en el Perú. En materia turística, el Ministerio tiene como objetivo “hacer del turismo una actividad económicamente competitiva, socialmente inclusiva y ambientalmente responsable, a fin de que se convierta en herramienta de desarrollo sostenible para el país”. Así mismo, apunta a un turismo justo, con equitativa redistribución de los beneficios, con respeto a los recursos naturales, y se destaca su papel como instrumento de cohesión social (p.47).

La política en materia turística que promueve el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo va dirigida al logro de la competitividad y calidad de los bienes y servicios turísticos peruanos, tanto en el mercado nacional como extranjero. Así mismo, promueve la descentralización de los destinos turísticos y, por ende, una gestión turística más independiente a nivel de gobiernos regionales y locales; apoya al sector privado en la creación de nuevos productos y servicios, fomentando el desarrollo de las comunidades locales a partir de la capacitación técnica y profesional.

Ley general de turismo (ley n° 29408) (2013), tiene por objeto promover, fomentar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística en el país. Su aplicación obligatoria en todos los niveles de gobierno nacional, regional y local establece que su aplicación debe ser una actividad sostenible, descentralizada, inclusiva, y un instrumento de lucha por el trabajo, el progreso y la erradicación de la pobreza (p. 1).

La norma, que fue aprobada previamente por el Congreso, señala que son principios de la actividad turística el desarrollo sostenible, la no discriminación, el fomento de la inversión privada, la descentralización, la calidad y la competitividad. Así mismo, el documento también insta la Red de Protección al Turista, encargada de proponer y coordinar medidas para la protección y defensa de los turistas y de sus bienes.

Plan estratégico nacional de turismo (PENTUR) (2025)

Herramienta de visión del sector que permite reconocer los lineamientos y estrategias a seguir para el desarrollo de la actividad turística en el Perú. Asimismo, esta herramienta marca la pauta respecto a las necesidades de actuación conjunta intersectorial.”

Los Gobiernos Locales y su rol en el turismo Según establece el artículo 1 de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno promotores del desarrollo local. En materia específica de turismo, tienen las siguientes competencias:

- ✓ Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las entidades competentes (Art. 82).
- ✓ Organizar en coordinación con el respectivo gobierno regional y las municipalidades distritales de su jurisdicción, instancias de coordinación para promover el desarrollo económico local; aprovechando las ventajas comparativas de los corredores productivos, ecoturísticos y de biodiversidad (Art. 86).

La Municipalidad Metropolitana de Lima - MML tiene competencias y funciones específicas de carácter local metropolitano y regional, encontrándose entre sus atribuciones la aprobación de planes y programas metropolitanos en materia de turismo y la regulación del funcionamiento del Turismo. Asimismo, la MML tiene las siguientes competencias en materia de turismo:

- ✓ Otorgar licencias de apertura de establecimientos comerciales, artesanales, de servicios turísticos y de actividades profesionales, de conformidad con la zonificación aprobada.
- ✓ Promover y controlar la calidad de los servicios turísticos.
- ✓ Colaborar con los organismos competentes, en la identificación y conservación del patrimonio histórico – monumental y urbanístico. (p.28)

3.2.1.7 Atractivos turísticos del distrito de haqira

Monumento Arqueológico Ccacca cárcel

Según Amoros (2016), indica que:

En Haqira a poco más de 100 metros de la iglesia de San Pedro, se encuentran los restos de la prisión del siglo XVII, íntegramente labrada en un peñón de 17 m de alto, conocida como Ccacca cárcel. Propiamente contenía los presidios diferenciados para criminales hombres y mujeres en la parte baja, así como el lugar usado como tribunal en el medio de la roca. Su perfil es visible no solo a partir de la plaza mayor sino desde las ruinas de la propia iglesia de San Martín. En los años recientes fue puesta en valor y se ha incorporado un recorrido museístico elemental, que admite el acceso de los visitantes (p.10).

Complejo Arqueológico Markansaya

Markansaya significa lugar elevado, está asentado en la cima del cerro del mismo nombre, cuyas construcciones se encuentran en una ligera planicie de forma irregular, con un área aproximado de 3 hectáreas, su ubicación estratégica es por el amurallado de sus rocas, el material de construcción es de roca sillar, está comprendido por recintos, chullpas de planta cuadrangular y circular de 2.5, de diámetro. En el área donde se ubica el recurso arqueológico se observan evidencias de chullpas con un sistema constructivo más tratado cuyos elementos líticos son trabajados almohadillados, los que debieron corresponder a tumbas de jerarcas o sacerdotes. En Markansaya se muestra un criterio de ordenamiento urbano con espacios abiertos (plazas) y cerrados, existiendo sectores ceremoniales y de vivienda, también posiblemente un sector político económico. Este recurso corresponde a un asentamiento humano posiblemente pre-inka.

Peculiaridades

La zona arqueológica de Markansaya es la más representativa del

Distrito de Haquira, y fue el eje principal de la etapa pre inca en la zona.

Estado

Gran parte de la zona arqueológica se encuentra en estado regular, pero aún las bases estructurales y sus formas se mantienen. Las construcciones de chullpas en buen estado y las viviendas en regular estado de conservación. Requiere Puesta en Valor de manera integral.

Observaciones

El recurso está inventariado con dos nombres (Hatun Markansaya y Markansaya), pero ambos forman un solo complejo.

-Templo colonial San Pedro

Según Amoros (2016), dice que:

La iglesia que ha perdurado no es contemporánea con el año de la indicada carta del párroco Enríquez Camargo, porque él señalaba allí que sus “paredes están desplomadísimas y amenazan ruinas, si bien se está comenzando otra de más duración”, por lo cual señalaba el comienzo de una ardua labor que recién culminó en 1708, según la inscripción en la cartela existente en el lado del Evangelio, dentro de la propia iglesia. Viñuales y Gutiérrez han documentado las diversas intervenciones sucedidas en la iglesia desde su edificación, logrando establecer la sucesión cronológica de aquellos hechos, por lo cual solamente me remitiré al análisis general de la arquitectura actual del templo (p.5-6).

El muro de pies de la iglesia de San Pedro de Haquira está situado delante de la plaza mayor del poblado. Todo el templo fue construido con sillares sobre un promontorio probablemente natural cuyo ascenso desde el espacio público está resuelto sobre la base de una escalinata. El prismático volumen del edificio religioso, se encuentra rodeado en su perímetro por un atrio, luego del cual se encuentran los

dos ingresos al templo, uno en el muro de pies que es el principal y el otro hacia el lado de la Epístola, en ambos casos resaltados con excepcionales portadas en piedra que todavía muestran claros rezagos de haber estado pintadas en rojo almagre y blanco.

-Templo colonial San Martín.

Según Amoros (2016), indica que:

La parroquia estuvo conformada por la otra parcialidad de indígenas, quienes compartían la misma reducción y habían quedado encomendados a otro cura que tenía su sede en el vecino pueblo de Llac-hua o Llajua. Viñuales y Gutiérrez mantienen que fue la más antigua en edificarse sobre la ladera de una colina situada a 700 m de la iglesia de San Pedro, en los linderos del actual pueblo. Sin embargo, ha quedado en ruinas desde hace mucho tiempo atrás y mientras transcurren los años, su deterioro se agranda, más aún desde que hace décadas perdió la cobertura. No queda visible algún rezago del pretil que permita definir los límites del atrio, perdurando tan solo un área terraplenada delante de la portada de pies y unas gradas de piedra, que habrían conformado la escalinata de acceso. El material constructivo empleado también fue la piedra labrada para los muros y portadas (p.8-9).

El templo tenía dos ingresos, uno en el imafronte y el otro hacia el lado del Evangelio, de los cuales el primero está organizado como en el templo de San Pedro con la portada entre los campanarios. Sin duda, se trata de la fachada principal de la edificación y la portada que comprende muestra una organización general y detalles en el entablamento que permiten aproximarla a la vecina iglesia del mismo poblado. Cuenta con dos cuerpos y tres calles. Encima del segundo se eleva el eje de los soportes que delimitan la calle central, pero como tan solo tiene una cornisa como terminación, no logra completarse el esquema de un tercer cuerpo, algo que si ocurre en la portada de pies de San Pedro. Como en la otra iglesia, la altura de ambos cuerpos también está en disminución progresiva, así como el entablamento

sobre cada uno de los cuerpos muestra las mismas características compositivas de la otra iglesia, es decir que sobre el primer cuerpo encontramos un entablamento mixto, del que solo es corrido el arquitrabe mientras que la cornisa está abierta en arcos que terminan en volutas. La misma coincidencia sucede con el entablamento sobre el segundo cuerpo, que tan igual como en San Pedro es abierto, con el arquitrabe interrumpido por el óculo que iluminaba el coro y la cornisa abierta en arcos terminados en volutas. Toda la portada está culminada por un frontón que sigue un contorno trapezoidal.

-Templo colonial San Miguel Arcángel de Ccocha.

Según Amoros (2016), señala que:

Durante el virreinato, el párroco de la iglesia de San Pedro de Haquira también tenía bajo su cuidado espiritual a los indígenas reducidos en el pueblo de Ccocha, situado a 19 km al este. Allí fue edificada una iglesia dedicada a San Miguel cuya historia y vicisitudes han sido documentadas por Viñuales y Gutiérrez. Se trata de una edificación también construida con sillares que ya no tiene la cobertura de madera que protegía su interior de la intemperie. Está dispuesta sobre un terraplén que ha sido aprovechado para configurar el atrio delante del imafronte, que se organiza sobre la base de la portada y una sola torre en el lado de la Epístola. La portada es bastante simple y está organizada en dos cuerpos y una sola calle (p.10-11).

El primer cuerpo tiene pilastras unitarias como soportes, sobre las cuales se erige un entablamento mixto, con similar disposición a las dos iglesias de Haquira, aunque la cornisa abierta en arcos no culmina en volutas, sino en un perfil moldurado. El segundo cuerpo se aprecia bastante desarticulado y recuerda en alguna medida a la portada lateral de San Martín de Haquira, porque si bien el arquitrabe, friso y cornisa del entablamento están situados sobre una pilastra, tan solo la cornisa se prolonga hacia la calle única, pero sin lograr cerrarse, por la existencia de la ventana que iluminaba al coro. El interior

corresponde a una planta gótica de una nave, con el baptisterio hacia el lado de la Epístola, tan igual que la sacristía, pero claro está, situada en el fondo de la construcción y anexa a la capilla mayor. En el lado inmediatamente opuesto se ubica la contrasacristía.

-Templo colonial San Juan Bautista de Llac-hua.

Según Amoros (2016), menciona que:

Desde el borde sur de la meseta donde está emplazada Haquira se divisan en la montaña del frente los dos pequeños poblados que constituyen respectivamente a Llac-hua y Patahuasi. Para llegar a Llac-hua debe tomarse el camino que conduce hacia Santo Tomás, el cual desciende 400 metros hasta cruzar el río Colcacha para después subir otros 400 metros, hasta que al fondo del camino lo primero que se divisa del poblado es la iglesia de San Juan Bautista. Se trata de una travesía que en auto demora unos 30 minutos y recorre 17 km (p.11).

La ubicación de la iglesia con respecto a la probable plaza mayor de la reserva indígena, es completamente distinta a la observada en San Pedro del Distrito de Haquira, porque la fachada del Evangelio era uno de los lados definía al principal espacio público de Llac-hua. Por el contrario, el imafronte y el atrio delantero fueron situados cerca del abismo en cuyo fondo discurre el río Colcacha y propiamente, se encuentran casi a la misma altura y frente a Haquira. Precisamente, dicha fachada del muro de pies es la principal de toda la edificación y está organizada por la portada y una sola torre hacia el lado del Evangelio. La torre tiene la particularidad de poseer el cuerpo de campanas estructurado por pilares que definen dos arcos en cada uno de sus cuatro frentes, una configuración diferente a la observada en los campanarios de las otras tres iglesias anteriores que solo muestran un vano. Se trata de una característica que permite relacionar al diseño de la torre de Llac-hua con el de las torres de la ciudad y región del Cusco.

-Templo colonial Santiago Apóstol de Patahuasi.

Amoros (2016), menciona que:

Desde Llac-hua parte el camino en ascenso que conduce hasta el pueblo de Patahuasi, al cual se arriba luego de transitar 5.5 km por una vía afirmada en buen estado de conservación. A pesar de no haber sido una sede parroquial, aún conserva las ruinas de las moradas virreinales edificadas con sillares, tan igual como su enorme iglesia. Así como los otros pueblos vecinos, Patahuasi sufrió los estragos de la guerra interna que abatió al Perú hace casi veinticinco años y su huella allí todavía no terminada de borrarse (p.12-13).

Con respecto a los otros templos reseñados, aquí se observa una apariencia muy diferente. Tal y como sucede en la iglesia de San Pedro de Haqira, el muro de pies habría estado orientado hacia la plaza, con un atrio cercado por un pretil intermedio. Sin embargo, no se aprecia la existencia de ninguna portada en ese sector, porque como acertadamente indican Viñuales y Gutiérrez el muro de pies colapsó en un momento indeterminado, quedando hacia el exterior los tres arcos que delimitaban al sotacoro, detrás de los cuales se construyó muy tardíamente, un rústico nuevo muro con una puerta. De manera que la eventual portada que pudo existir en el imafrente se perdió irremediamente. A excepción de la torre, los arcos torales y la cúpula sobre el crucero, que están contruidos con sillares, todo el resto de la edificación fue hecha con adobes.

3.2.1.8 Teorías relacionadas a la actividad turística

Teoría del espacio turístico

Para Boullen, (2012), indica que:

No existen las regiones turísticas, ya que los atractivos turísticos difícilmente se tocan. Es un país con gran densidad de atractivos turísticos, existen áreas grandes desprovistas de los mismos. De esta manera, no se puede recurrir a la técnica de regionalización en la planificación turística, ya que de lo contrario se clasifica como turísticas de grandes áreas que no poseen atractivos turísticos, lo que

sería un error. En la búsqueda de reemplazar la idea de región turística, Boullen propone el espacio turístico. (p. 32)

El espacio turístico se determina por medio de la observación de la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la infraestructura. Mediante este trabajo fue posible identificar posibles componentes que se clasifican de acuerdo con su tamaño. Así se distingue, zonas, áreas, complejos, centros, unidades, núcleos, conjuntos, corredores, corredores de traslado y por último corredores de estadía.

3.2.2 Definición de crecimiento económico

Según Parkin(2014), indica que:

El crecimiento económico es resultado del cambio tecnológico y de la acumulación del capital. El cambio tecnológico es desarrollo de nuevos bienes y mejores formas de producir bienes y servicios. La acumulación de capital es el incremento de los recursos de capital, incluyendo el capital humano. Sin embargo, si empleamos nuestros recursos para desarrollar nuevas tecnologías y producir capital, nos vemos forzados a disminuir nuestra producción de bienes y servicios de consumo (p.38).

El crecimiento economico se debe notoriamente mas a la tecnologia ya que Peru es uno de los paises menos desarrollados en la teconologia, por lo tanto en la produccion es necesario el reemplazo de maquinarias por la mano de obra del hombre.

3.2.2.1 Productos de crecimiento económico

Bienes económicos

Según Asociación fondo de Investigadores y editores (2013), menciona que:

Los bienes económicos son aquellos que para obtenerlos requieren de la intervención del hombre por lo que van a satisfacer las necesidades después de haber pasado por un proceso de extracción o de

transformación. Por ejemplo: por extracción son petróleo, madera. Hierro, trigo, fruta, ganado, peces, etc.; por extracción son gasolina, maquinas, muebles, pan, conservas, papel, zapatos, maquinas, etcétera (p.76-77).

Los bienes económicos son escasos en relación a las necesidades a satisfacer, razón por la cual el hombre debe obtenerlos mediante la aplicación de su capacidad productiva sobre la naturaleza sin embargo la esencia económica de los bienes está determinada por las relaciones sociales que establecen los hombres con respecto a trabajo necesario para obtenerlos la propiedad de medios utilizados en su obtención.

Servicios

Según Asociación fondo de investigadores y editores (2013), afirma que. “Son actividades económicas que realizan las personas o instituciones para satisfacer directamente necesidades de otras, a través de su prestación, ayuda o auxilio. Ejemplos, atención médica, educación, transporte público, telecomunicaciones, comercio, etcétera” (p.84)

Los servicios al ser actividades que satisfacen directamente necesidades humanas sin que se generen objetos materiales, se les designa habitualmente también con nombre de trabajo no productivo, para diferenciarlo del trabajo productivo que es aquel que crea objetos materiales o bienes.

3.2.2.2 Teoría de crecimiento

Nueva teoría del crecimiento

Según Parkin, (2014), menciona que. “El planteamiento de la nueva teoría del crecimiento es que el producto bruto interno PBI real por persona crece debido a las elecciones de la gente con la intención de obtener beneficios y que dicho crecimiento persistiría de forma indefinida” (p.554).



La productividad laboral crece indefinidamente en tanto la gente descubre nuevas tecnologías que producen una tasa de interés real más alta. La tasa de crecimiento depende tan solo de los incentivos que tenga la gente y de su capacidad de innovar (p.555)

3.2.2.3 Barreras al crecimiento económico de Apurímac

crecimiento económico en Apurímac

Webb, Agreda, & Mendieta, (2005), La región Apurímac combina además bajos niveles de PBI per cápita con altos niveles de pobreza, de manera similar a Huancavelica, y a diferencia de regiones como Ayacucho, Puno, Cajamarca y Cusco que a pesar de tener PBI per cápita bajos, muestran menores niveles de pobreza. Apurímac es la quinta región de porcentaje más alto de población rural (54,1%), muy por encima del promedio nacional de 24,1%, y por encima de regiones como Ayacucho (42%). La definición de población rural utilizada por el INEI es residual en el sentido de lo que se define es la población urbana y, por tanto, la población rural es la diferencia entre la población total y la urbana (p.35-38).

El análisis del PBI sectorial de Apurímac muestra que al 2009 (PBI de S/. 786 070 a precios constantes de 1994), el sector más importante es el sector servicios que en conjunto representa el 55,9% del PBI (comercio, otros servicios, transportes y comunicaciones, restaurantes y hoteles, y servicios gubernamentales), le sigue en importancia el sector primario con 27,2% (agricultura y minería) y finalmente el sector secundario con 16,9% (manufactura y construcción); estructura idéntica a la del 2001.

Por actividades económicas se tiene que al 2009 la principal es la agricultura, caza y silvicultura (25,2%), seguida muy de cerca por los servicios gubernamentales (24,5%), en tercer lugar, el comercio (12,8%), la manufactura ocupa el quinto lugar en importancia (9,3%), y la minería el noveno (1,2%)

El turismo es una actividad con gran potencial, pero aún de muy limitado desarrollo en la región. Con una ubicación estratégica respecto del circuito turístico del sur del país (Arequipa, Cusco, Puno y Madre de Dios) y con diversos atractivos turísticos (conjuntos arqueológicos, iglesias y puentes coloniales, baños termales y deportes de aventura), además de la diversidad ecológica y la riqueza paisajística y de capital cultural de la región, el turismo constituye un sector interesante aunque enfrenta fuertes barreras principalmente de infraestructura de transporte, de comunicaciones y de servicios. El PBI regional asociado a restaurantes y hoteles representó en el periodo 2001 - 2009 el 0,5% del PBI sectorial nacional, similar al desempeño de regiones como Ayacucho.

3.3 Marco conceptual

- a) **Artesanía.** McIntosh, Goeldner, & Ritchie, (1999), indica “los regalos y recuerdos que se ofrezcan para su venta deben estar hechos a mano o fabricados en el país o región donde se efectúan la compra” (p.224).
- b) **Crecimiento.** McIntosh, Goeldner, & Ritchie, (1999), “la fase de introducción del ciclo de vida del producto que requiere de grandes desembolsos de promoción y visibilidad” (p.463).
- c) **Creencias.** Kotler, y otros, (2011), mencionan “es un pensamiento descriptivo que una persona tiene acerca de algo” (p.214).
- d) **Cliente.** Kotler, y otros (2011), “cliente necesita y quiere que le interroguen mediante encuestas” (p.309).
- e) **Cultura.** Kotler, y otros (2011), “Comprende una serie de valores fundamentales, percepciones, los deseos, y los comportamientos que un miembro de la sociedad aprende de la familia y otras instituciones importantes” (p.214).

- f) **Economía.** Frank & Bernanke (2004), “estudio de la forma en que los individuos eligen en condiciones de escasez y de las consecuencias de esas elecciones para la sociedad” (p.688).
- g) **Familia.** Kotler, y otros (2011), “Los miembros de la familia tienen una fuerte influencia en el comportamiento de un comprador. La familia sigue siendo la unidad de compra más importante. El papel y la influencia relativa del marido, la mujer y los hijos en la compra de una amplia gama de productos y servicios son de sumo interés del marketing” (p.196).
- h) **Hospedaje.** Real Academia Española, Alojamiento y asistencia que se da a alguien.
- i) **Ingreso.** McIntosh, Goeldner, & Ritchie, (1999), “el poder de compra es otro factor que el administrador turístico debe considerar. La gente debe tener poder de compra para crear un mercado” (p.250).
- j) **Patrimonio.** Real Academia Española, “Conjunto de los bienes y derechos propios adquiridos por cualquier título”.
- k) **Producto.** Kotler, y otros, (2011), considera que “cualquier cosa que se pueda ofrecer en un mercado, que pueda recibir atención, ser adquirido, utilizado o consumido, y que pueda satisfacer una necesidad, o deseo es un producto (p.290).
- l) **Restaurante.** Real Academia Española, considera que “Establecimiento público donde se sirven comidas y bebidas, mediante precio, para ser consumidas en el mismo local”.
- m) **Servicio.** Real Academia Española, “Acción y efecto de servir”.
- n) **Turismo.** Kotler, y otros, (2011), “estancias de una o más noches fuera del lugar de residencia por vacaciones, visitas a amigos o familiares, congresos o

cualquier otro motivo, excepto la formación o un empleo semi-permanente” (p.692).

- o) Transportes.** Real Academia Española, sistema de medios para conducir personas y cosas de un lugar a otro.
- p) Monumental.** Real Academia Española, Perteneciente o relativo a un monumento

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1 Tipo y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

Según Arotoma, (2017), afirma. “El tipo de investigación básica es aquella investigación que tiende a conocer, explicar y comprender la realidad y constituye fundamento para otras investigaciones se interesa por problemas de conocimiento de cualquier tipo” (p.163).

El siguiente trabajo de investigación es de tipo básica ya que tiene propósitos de mayor conocimiento sobre la realidad o hecho de un lugar. Se investiga para explicar y entender de un sector de la realidad.

4.1.2 Nivel de investigación

Según, Hernandez, Fernadez , & Baptista (2014), En lo referente al nivel investigación, se puede decir que, por sus características, es una investigación correlacional ya que pretende de conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. En ocasiones solo se analiza entre dos variables, pero con frecuencia se ubican en el estudio vínculos entre cuatro o más variables (p.93).

En la siguiente investigación se evaluará el grado de asociación entre dos variables Turismo Cultural y Crecimiento Económico, en los estudios correlacionales primero se mide cada una de estas, y después se cuantifican, analizan y establecen las vinculaciones de acuerdo a la relación que exista entre las variables.

4.2 Método y diseño de investigación

4.2.1 Método

Según Torres, (2006), el método deductivo; consiste en razonamiento mental que permite descubrir nuevos conocimientos de lo general para llegar a lo particular y permite extender los conocimientos que se tienen sobre la clase

determinada de fenómenos a otro cualquiera que pertenezca a esa misma clase (p. 56).

El presente trabajo se realiza a través del método deductivo ya que consiste en descubrir ideas, teorías de lo general a lo específico.

4.2.2 Diseño de investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), El diseño corresponde al método científico de las ciencias sociales con carácter no experimental, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables (p.152).

La presente investigación es de diseño no experimental ya que solo se observan fenómenos tal como suceden en su contexto natural para luego indagarlos.

Según Hernández (2014), La investigación no experimental corresponde al diseño transeccional o transversal, los datos son recolectados en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p.154).

La investigación es de diseño no experimental transversal porque se da en un determinado momento.

4.3 Población y muestra

4.3.1 Población

Según, Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014), afirma. “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174).

Es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. La población investigada estará compuesta en el Distrito de Haquira, que comprende las personas que cuentan con diferentes fuentes de ingreso, así

como; servicios de transporte, servicio de hospedaje, restaurantes, comerciante, etc. se observa en la siguiente tabla.

Servicios comerciales del Distrito de Haquira

Tabla 2

Actividad comercial del Distrito de Haquira

Nº	Rubros	Cantidad
1	Servicios de Restaurantes	10
2	Servicios de hospedajes	13
3	Servicios de trasportes	18
4	Tienda de ropas	6
5	Tiendas comerciales	13
Total		60

Nota: elaboración propia, 2019

4.3.2 MUESTRA

Según Linares (2013), La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos con precisión además que debe ser representativo de la población. El tamaño de muestra se eligió a través de un muestreo intencional o de conveniencia que se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos (p.180).

Para la siguiente investigación la muestra es igual a la población, que comprende entre las personas que cuentan con diferentes fuentes de ingreso económico, así como; servicios de transporte, servicio de hospedaje, restaurantes y servicios comerciales que aproxima una muestra total de 60 personas, se observa en la tabla anterior de la población.

4.4 Procedimiento de la investigación

Según Vara-Horna (2016), Una vez seleccionado el diseño de investigación apropiada y la muestra adecuada de acuerdo a su problema de estudio, la siguiente etapa consiste en planificar y recolectar los datos.

En el presente trabajo de investigación se utilizó la técnica de la encuesta para lo cual se tiene que elaborar su respectivo instrumento que es el cuestionario y la aplicación de misma estará dirigido a nuestra población objetivo compuesto por las empresas de servicios, hoteles, medios de transporte, restaurantes y tiendas comerciales, etc. De quienes se identifica la unidad de análisis como los propietarios o los gerentes a quienes se plantea las respectivas preguntas relacionados a la investigación y tras la obtención de la información se procederán a sistematizar los datos mediante el spss23 a fin de interpretar los resultados, analizar y sacar las conclusiones que nos permitan probar las hipótesis planteadas y finalmente concluir con las recomendaciones.

Seleccionar un instrumento de medición de los ya existentes o desarrollar uno que sea válido y fiable.

- Identificar las técnicas de recolección y análisis de datos y

- Describir el procedimiento de como recogerá y analizará los datos.

- El procedimiento de investigación es la descripción, con todo detalle, del proceso que

- se realizará durante la etapa de recolección de datos (campo de trabajo). El procedimiento contiene cinco pasos básicos. (p. 153)

- Procedimiento de identificación y contacto muestral.

- Procedimiento de identificación y adecuación del instrumento de recolección de datos.

- Procedimiento de aplicación de los instrumentos.

- Procedimiento de organización.

- Procedimiento de análisis y datos.

4.5 Técnicas e instrumentos

La presente investigación corresponde a la revisión bibliografía, libros, revistas de tesis, proyecto de tesis y otras fuentes consultadas. Donde se procederá a la transcripción del texto.

4.7.1 Técnicas

Según Vara (2015), las técnicas de análisis cuantitativo son aquellas que se basan en las estadísticas, sirven para describir, graficar, analizar, comparar,

relacionar y resumir los datos que se obtiene con instrumentos cuantitativos (p.474)

La técnica se realizará mediante las preguntas de las encuestas adecuadamente formuladas a las personas que brindan diferentes tipos de servicios y bienes comerciales, así como: servicio de transportes, hospedajes, restaurantes y tiendas comerciales.

Según Hernandez, Fernadez & Baptista, (2014), La entrevista se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado). En el último caso podría ser talvez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (p. 403)

Se utilizo la tecnica de entrevista para recopilar informacion mas veridica por medio de una guia de entrevista estructurada la cual se le entrevisto, a las autoridades de la Municipalidad Distrital de Haquira como al alcalde y Sub Gerente de desarrollo social economico y medio ambiente.

4.7.2 Instrumentos

El instrumento de investigación que se utilizó fue el cuestionario, según, Hernandez, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, (2014), “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis” (p.174).

Se utilizó el cuestionario y la guía de entrevista por ser un instrumento más viable para obtener información necesaria para obtener datos primarios respecto al Turismo Cultural y al Crecimiento Económico local.

En la siguiente investigacion el instrumento utilizado considera la medicion en la escala likert; y pasaron por un proceso de validación por juicio de expertos y su confiabilidad se determinó aplicando la prueba de fiabilidad de Alpha de Cronbach.

Tabla 3

Escala de interpretación de fiabilidad de alpha de cronbach

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Fuente: Ruiz (2002).

El procesamiento de los datos para determinar la confiabilidad del instrumento de investigación se observa en la siguiente tabla:

Tabla 4

Coefficiente de fiabilidad de la variable turismo cultural

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,746	13

*Nota:
Elaboración*

propia, 2019

Se puede indicar de acuerdo a la tabla 3, que el cuestionario respecto al variable turismo cultural obtiene una confiabilidad Alta debido a que el valor del coeficiente es 0,746.

Tabla 5

Coefficiente de fiabilidad de variable crecimiento económico

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,726	10

Nota: Elaboración propia, 2019

La tabla 3, indica que la confiabilidad del cuestionario de la variable crecimiento económico es alta debido a que su coeficiente es de 0,726.

4.6 Análisis estadístico

4.6.1 Prueba estadística

Para este aspecto se utilizó la prueba estadística conocida como el Coeficiente de Correlación de Spearman, según, Hernández, Fernández Collado, & Baptista Lucio, (2014), señala que: son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales (p.322).

Tabla 6

Niveles de relación entre variables

Nivel cualitativo de la relación	Rango del coeficiente de correlación
Correlación negativa perfecta	-1,00
Correlación negativa muy alta	-0,90 a -0,99
Correlación negativa alta	-0,70 a -0,89
Correlación negativa moderada	-0,40 a -0,69
Correlación negativa baja	-0,20 a -0,39
Correlación negativa muy baja	-0,01 a -0,19
Correlación nula	0,00
Correlación positiva perfecta	1,00
Correlación positiva muy alta	0,90 a 0,99
Correlación positiva alta	0,70 a 0,89
Correlación positiva moderada	0,40 a 0,69
Correlación positiva baja	0,20 a 0,39
Correlación positiva muy baja	0,01 a 0,19

Fuente: Mg. Oliver Huillca Huayta – UCV

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIONES

5.1 Análisis de resultados

5.1.1 Resultados de datos generales

a) Genero

A continuación, se presenta los resultados generales obtenidos según el género masculino y femenino quienes forman parte de la presente investigación, considerando que fueron a aquellos que se le aplicaron la encuesta respecto al Turismo Cultural y Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira.

Tabla 7

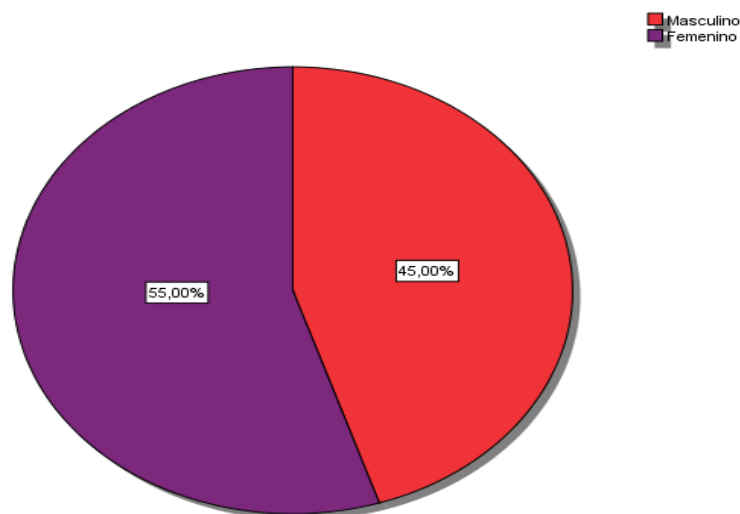
Genero de encuestas

Genero de los Encuestados					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	27	45,0	45,0	45,0
	Femenino	33	55,0	55,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia del análisis estadístico SPSS23

Figura 1

Análisis de género



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: De acuerdo a la tabla 7 y figura 1 y en función a las encuestas aplicadas a la población del Distrito de Haquira, se puede apreciar de 60 personas, que representa el 100% de los encuestados, 55% son de sexo masculino y el 45% de sexo femenino respectivamente.

b) Edad

A continuación, se presenta los resultados generales obtenidos en función a la edad quienes forman parte de la presente investigación, considerando que fueron a aquellos que se le aplicaron la encuesta respecto al Turismo Cultural y Desarrollo Económico Local del Distrito de Haquira.

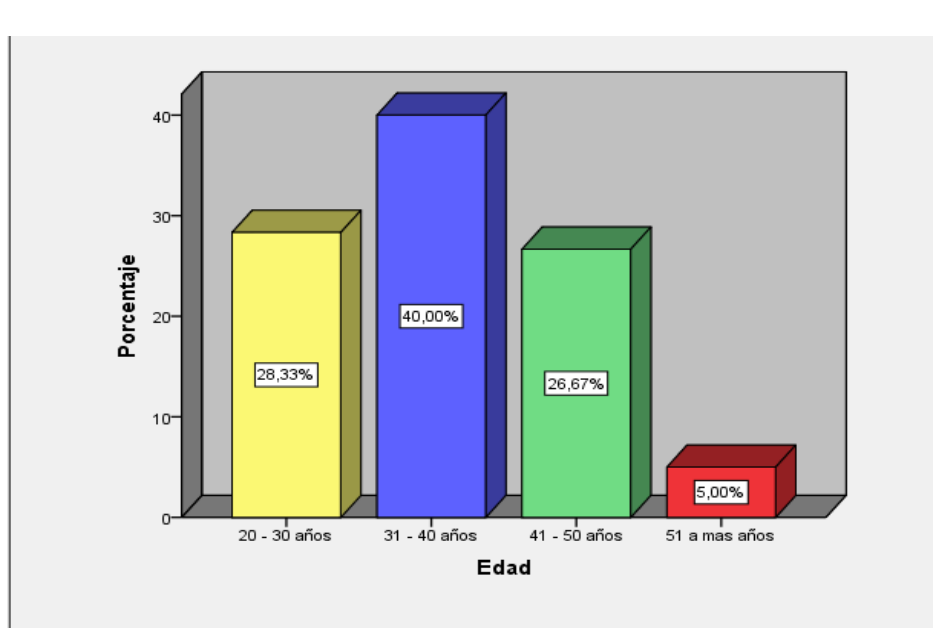
Tabla 8

Edad de los encuestados

Edad de los Encuestados				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	20 - 30 años	17	28,3	28,3
	31 - 40 años	24	40,0	68,3
	41 - 50 años	16	26,7	95,0
	51 a más años	3	5,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia de Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 2 Análisis de edades



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: A partir de la tabla 08 y figura 2 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 40% se encuentra entre los 31 a 40 años a más que hace un total de 24 personas, el 28.33% se encuentra entre las edades de 20 a 30 años que representan a 17 personas, el 26.67% se encuentra entre las edades de 41 a 50 años que representa a 16 personas, y el 5% se encuentra entre las edades de 51 años a más que representa a 3 personas.

C) Actividad económica

A continuación, se presenta los resultados generales obtenidos en función a la actividad económica quienes forman parte de la presente investigación, considerando que fueron a aquellos que se le aplicaron la encuesta respecto al Turismo Cultural y Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira

Tabla 9

Actividad económica

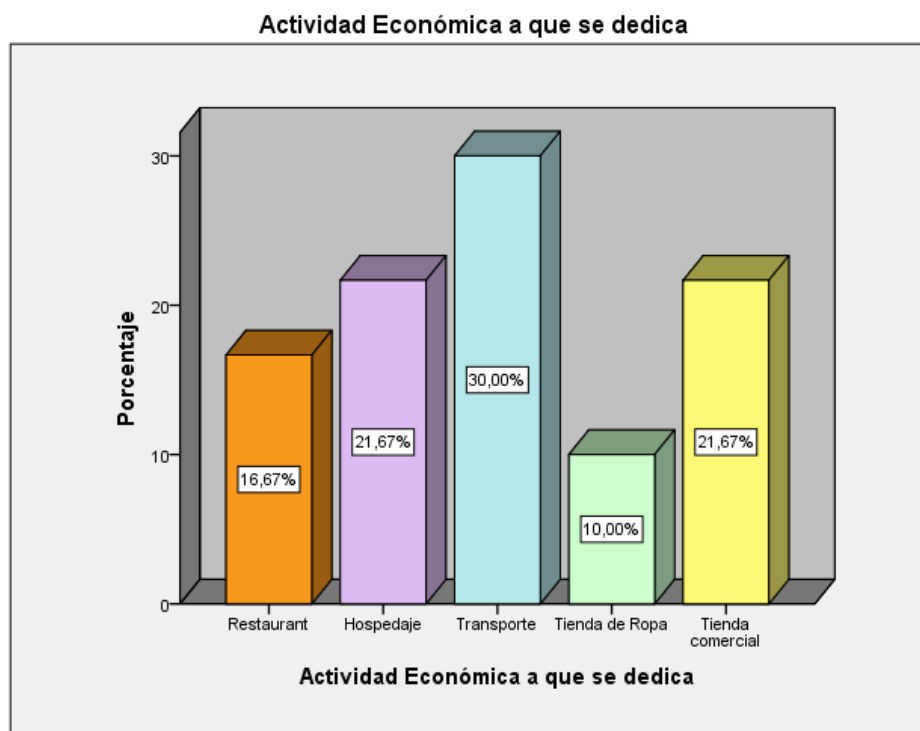
Actividad Económica a que se dedica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Restaurante	10	16,7	16,7	16,7
	Hospedaje	13	21,7	21,7	38,3
	Transporte	18	30,0	30,0	68,3
	Tienda de Ropa	6	10,0	10,0	78,3
	Tienda comercial	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia del análisis estadístico SPSS23

Figura 3

Análisis de actividad económica a que se dedica



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: A partir de la tabla 09 y figura 3 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 30% se dedica al transporte que hace un total de 18 personas, el 21.67% tiene hospedaje que representan a 13 personas, el otro 21.67% se dedica a tienda comercial que representa a 13 personas, el 16.67% se dedica al restaurant que representa a 10 personas y el 10% a tienda de ropas que ase un total de 6 personas.

d) Temporada con mayor visita de turistas

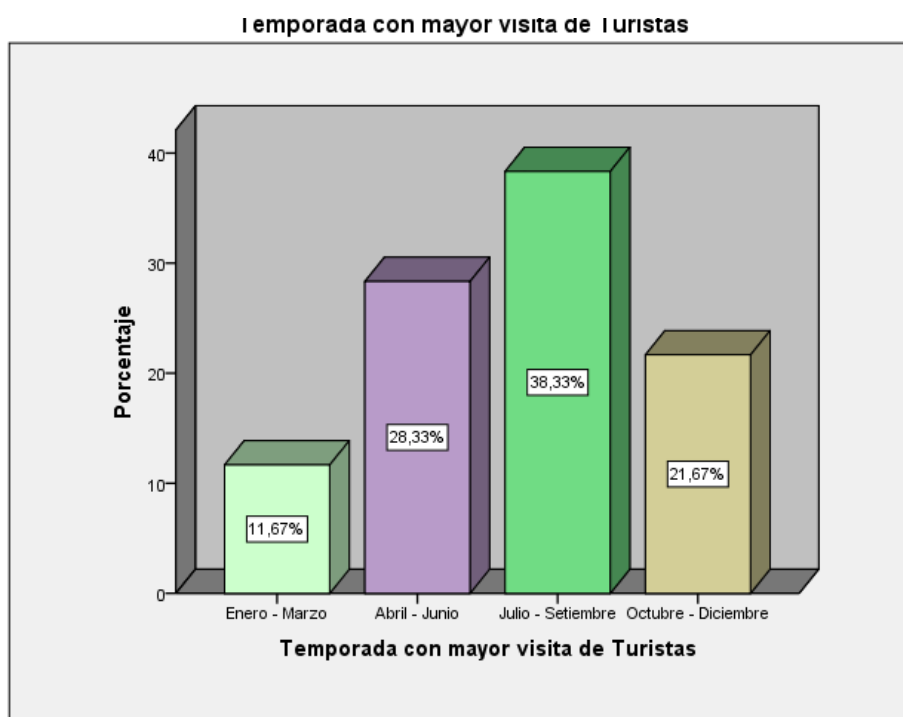
Tabla 10

Temporada de mayor visita de turistas

Temporada con mayor visita de Turistas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enero – Marzo	7	11,7	11,7	11,7
	Abril – Junio	17	28,3	28,3	40,0
	Julio – Setiembre	23	38,3	38,3	78,3
	Octubre – Diciembre	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 5 Análisis con mayor visita de turistas



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación. A partir de la tabla 10 y figura 4 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 38.33% responde que la temporada con mayor visita de turistas es en los meses de julio a setiembre que hace un total de 23 personas, el 28.33% indica que es en los meses de abril a junio que representa a 17 personas, el

21.67% indica que es en los meses de octubre a diciembre que representa a 13 personas y el 11.67% indica que es en los meses de enero a marzo que representa a 7 personas.

e) Motivo que atrae la visita de turistas

Tabla 11

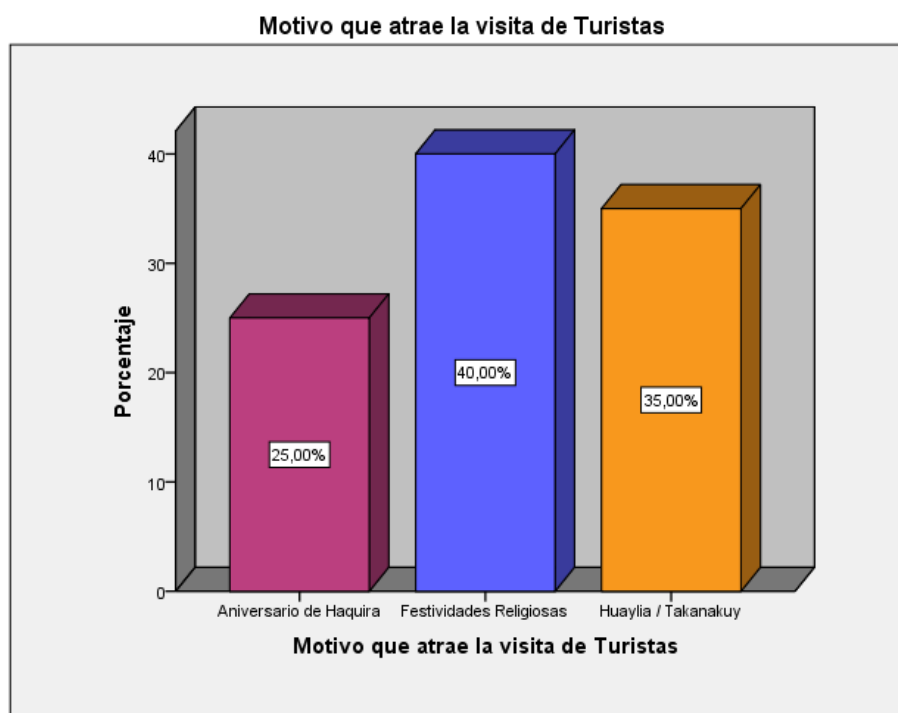
Motivo que atrae la visita de turistas

Motivo que atrae la visita de Turistas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aniversario de Haqira	15	25,0	25,0	25,0
	Festividades Religiosas	24	40,0	40,0	65,0
	Huaylia / Takanacuy	21	35,0	35,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 6

Análisis de motivo que atrae la visita de turistas



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: A partir de la tabla 11 y figura 6 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haqira, el 40% responde el motivo que atrae más a los turistas son las festividades religiosas que hace un total de 24 personas, el 35% indican que atrae a los turistas la huaylia/takanacuy que representa a 21 personas y el 25% indica que atrae a los turistas el aniversario de Haqira que representa a 14 personas.

f) Frecuencia de visita de turistas

Tabla 12

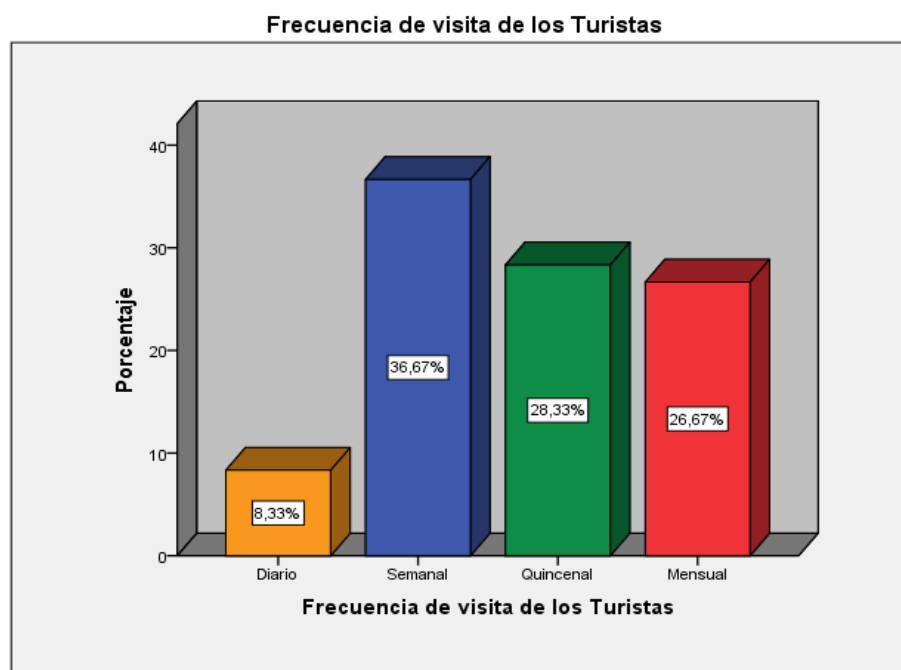
Frecuencia de visita de los turistas

Frecuencia de visita de los Turistas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Diario	5	8,3	8,3	8,3
	Semanal	22	36,7	36,7	45,0
	Quincenal	17	28,3	28,3	73,3
	Mensual	16	26,7	26,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 7

Análisis de frecuencia de visita de los turistas



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: A partir de la tabla 12 y figura 7 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haqira, el 36.67% indican la frecuencia de visita de los turistas es semanalmente que hace un total de 22 personas, el 28.33% indican que la frecuencia de visitas es quincenal que representa a 17 personas, el 26.67% responden que la frecuencia de visitas es mensual que hace un total de 14 personas y el 8.33% indica que es diario que hace un total de 5 personas.

g) Factores que limitan el desarrollo del turismo

Tabla 13

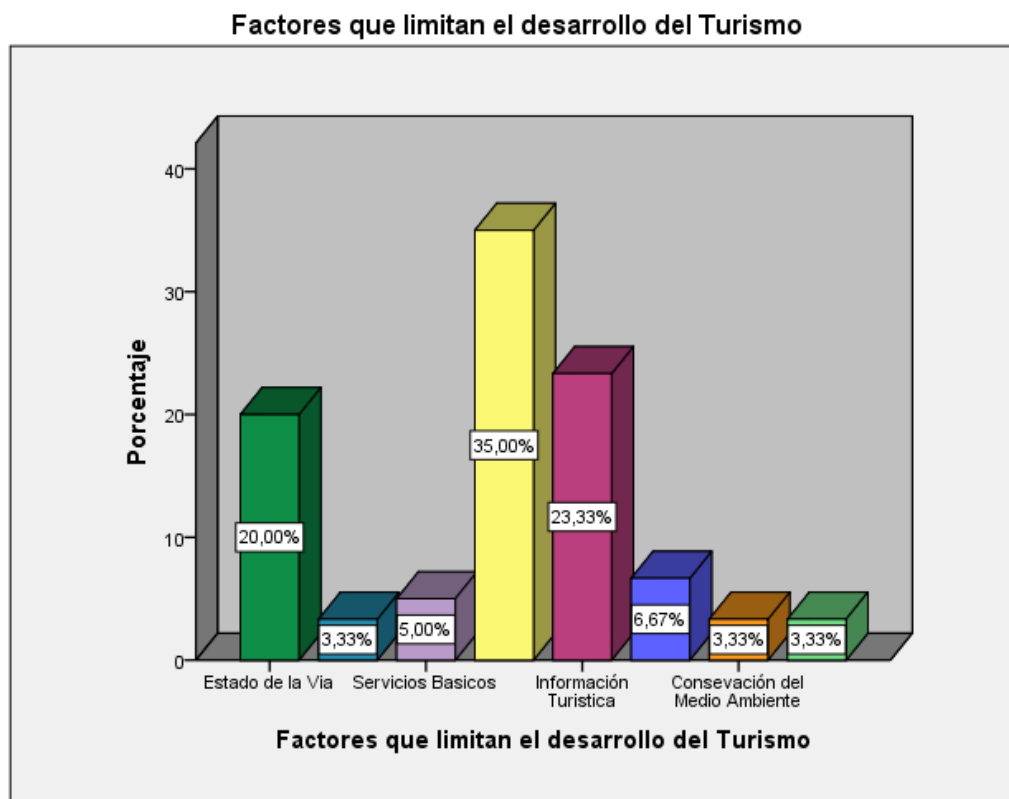
Factores que limitan el desarrollo del turismo

Factores que limitan el desarrollo del Turismo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estado de la Vía	12	20,0	20,0	20,0
Señalética	2	3,3	3,3	23,3
Servicios Básicos	3	5,0	5,0	28,3
Promoción Turística	21	35,0	35,0	63,3
Información Turística	14	23,3	23,3	86,7
Válido Calidad de Oferta (Restaurante/Hospedaje)	4	6,7	6,7	93,3
Conservación del Medio Ambiente	2	3,3	3,3	96,7
Servicio de Transporte Rural	2	3,3	3,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 8

Análisis de los factores que limitan el desarrollo del turismo



Nota: Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: A partir de la tabla 13 y figura 8 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 35% indican que el factor que limitan el desarrollo del turismo es por falta de promoción turística que hace un total de 21 personas, el 23.33% responden que el factor que limita el desarrollo turístico es por la información turística que representa a 14 personas, el 20% responden que el factor que limita el desarrollo del turismo es por el estado de la vía que ase un total de 12 personas, el 6.67% indica que el factor que limita es la calidad de oferta que representa a 4 personas, el 5% indica que es por los servicios básicos que ase un total 3 personas, el 3.33% indican que es por la conservación del medio ambiente, señalética y transporte rural que representa a un total de 6 personas.

1. En qué medida con la presencia de turistas los atractivos turísticos se han puesto en valor

Tabla 14

Evaluación de la puesta en valor de los atractivos turísticos con la presencia de turistas

Evaluación de la Puesta en valor de los atractivos turísticos con la presencia de turistas

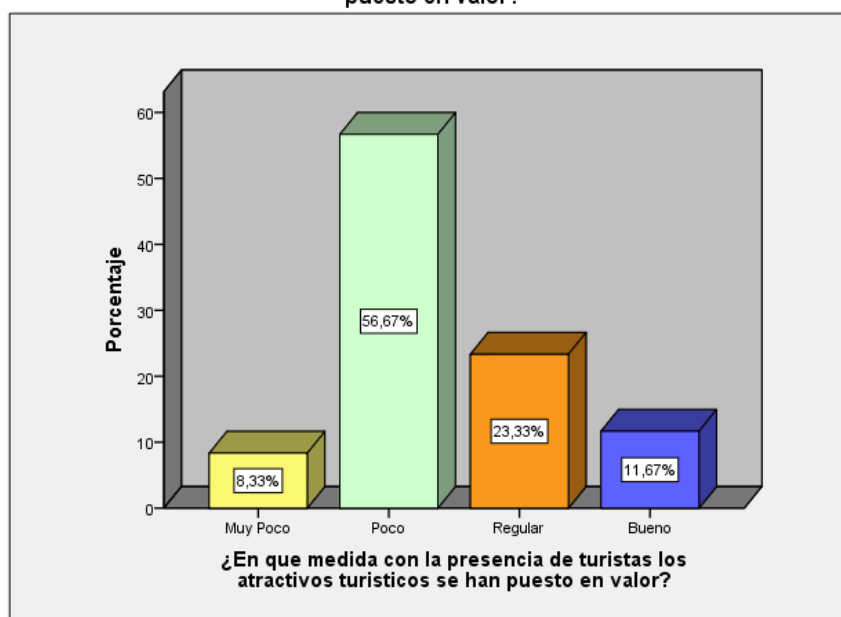
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy Poco	5	8,3	8,3	8,3
	Poco	34	56,7	56,7	65,0
Válido	Regular	14	23,3	23,3	88,3
	Bueno	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 9

Análisis de medida con la presencia de turistas los atractivos turísticos

¿En que medida con la presencia de turistas los atractivos turísticos se han puesto en valor?



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 14 y figura 9 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 56.67% indican que la presencia de turistas es poco que hace un total de 34 personas, el 23.3% indican que la presencia de turistas es regular que hace un total de 14 personas, el 11.7% indican que la presencia de turistas es bueno que hace un total de 7 personas, el 8.3% indican que la presencia de turistas es muy poco que hace un total de 5 personas.

2. Cómo evalúa el fomento de los atractivos turísticos en el distrito de Haquira

Tabla 15

Cómo evalúa el fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haquira

Evaluación del fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haquira

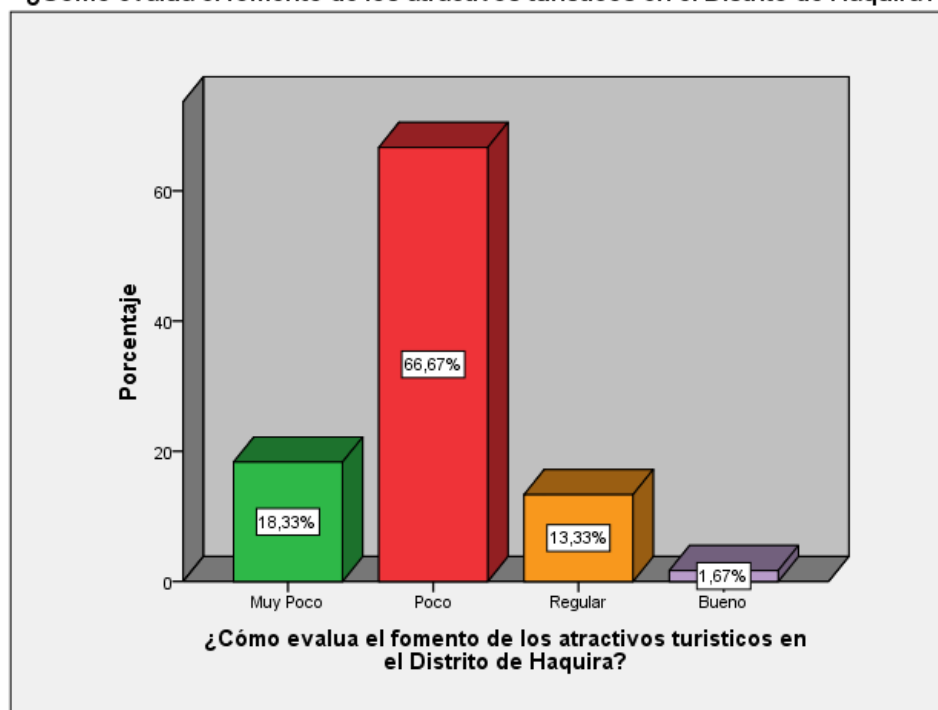
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Poco	11	18,3	18,3	18,3
	Poco	40	66,7	66,7	85,0
	Regular	8	13,3	13,3	98,3
	Bueno	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 10

Análisis de evaluación de fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haquira

¿Cómo evalúa el fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haquira?



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 15 y figura 10 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 66.67% indican que el fomento de los atractivos turísticos es poco que hace un total de 40 personas, el 18.33% indican que el fomento de los atractivos turísticos es muy poco que hace un total de 11 personas, el 13.3% indican que el fomento de los atractivos turísticos es regular que hace un total de 8 personas y el 1.7% indican que el fomento de los atractivos turísticos es bueno que hace un total de 1 persona.

3. Cómo evalúa el crecimiento económico del Distrito de Haquira

Tabla 16

Evaluación del crecimiento económico del Distrito de Haquira

Evaluación del Crecimiento Económico del Distrito de Haquira

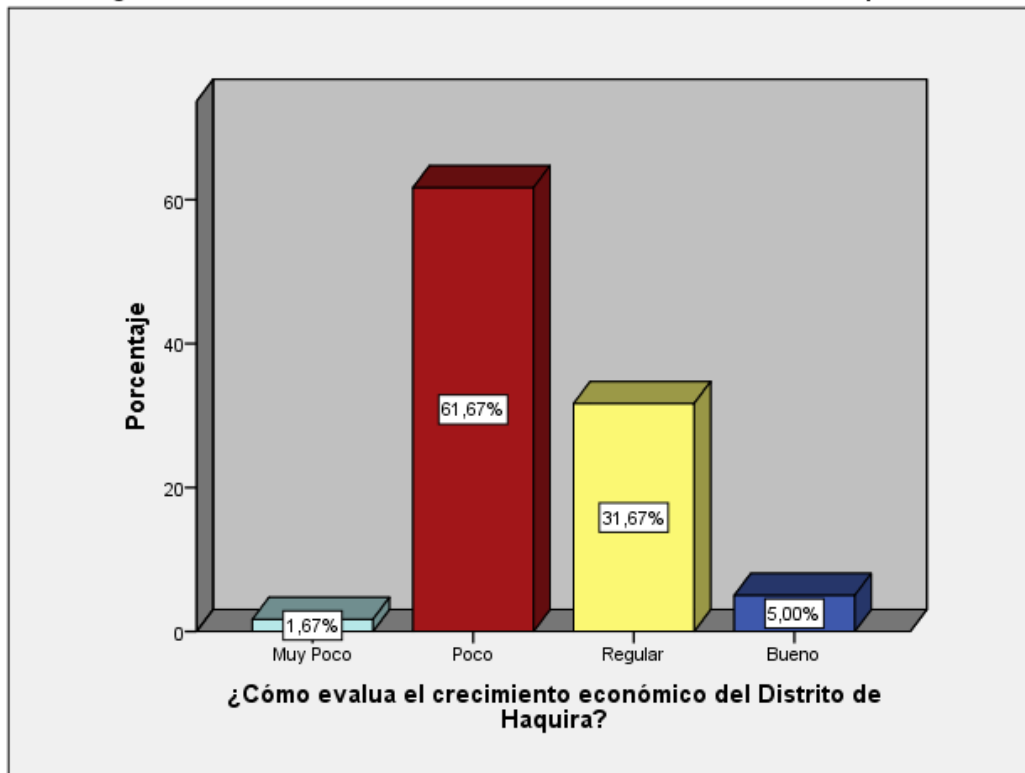
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Muy Poco	1	1,7	1,7	1,7
	Poco	37	61,7	61,7	63,3
Válido	Regular	19	31,7	31,7	95,0
	Bueno	3	5,0	5,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 11

Análisis del crecimiento económico del Distrito de Haquira

¿Cómo evalúa el crecimiento económico del Distrito de Haquira?



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 16 y figura 11 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 61.67% indican que el crecimiento económico es poco, que hace un total de 37 personas, el 31.67% indican que el crecimiento económico es regular que hace un total de 19 personas, el 5% indican que el crecimiento económico es bueno que hace un total de 3 personas y 1.67% indican que el crecimiento económico es muy poco que hace un total de 1 personas.

4. El fomento de los atractivos turísticos de Haquira y Crecimiento Económico local

Tabla 17

El fomento de los atractivos turísticos de Haquira y crecimiento económico local

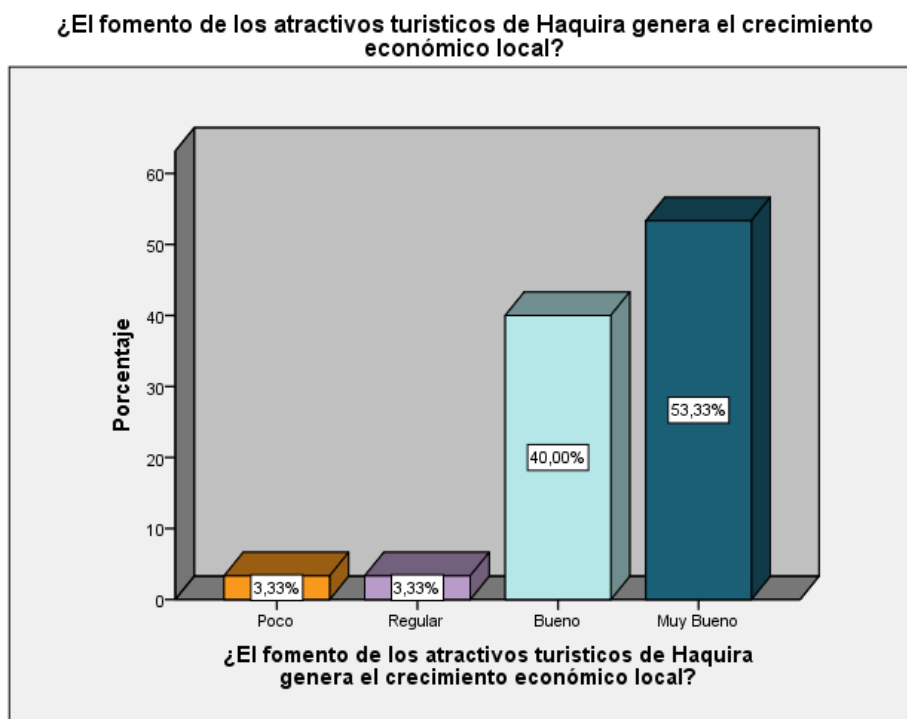
El fomento de los atractivos Turísticos de Haquira y Crecimiento Económico Local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco	2	3,3	3,3	3,3
	Regular	2	3,3	3,3	6,7
	Bueno	24	40,0	40,0	46,7
	Muy Bueno	32	53,3	53,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 12

Análisis de fomento de los atractivos turísticos de Haquira genera el crecimiento económico local



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 17 y figura 12 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 53.33% indican que el fomento de los atractivos turísticos genera el crecimiento económico y es muy bueno que hace un total de 32 personas, el 40.00% indican que el fomento de los atractivos turísticos genera el crecimiento económico y es bueno que hace un total de 24 personas, el 3.33% indican que el fomento de los atractivos turísticos genera el crecimiento económico y es regular que hace un total de 2 personas y el 1.7% indican el fomento de los atractivos turísticos genera el crecimiento económico y es poco que hace un total de 2 personas.

5. En qué medida la municipalidad impulsa el fomento del turismo local

Tabla 18

En qué medida la municipalidad impulsa el fomento del turismo local

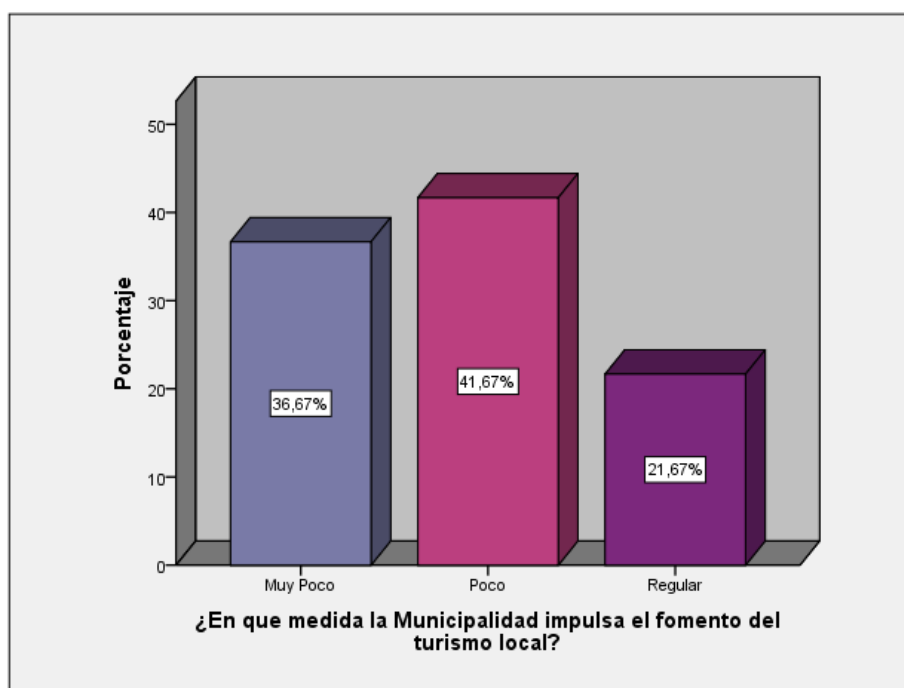
¿En qué medida la Municipalidad impulsa el fomento del turismo local?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Poco	22	36,7	36,7	36,7
	Poco	25	41,7	41,7	78,3
	Regular	13	21,7	21,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 13

Análisis del fomento del turismo local por parte de la municipalidad



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 18 y figura 13 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 41,67% indican que la municipalidad impulsa poco el fomento turístico que hace un total de 25 personas, el 36,67% indican que la municipalidad impulsa muy poco el fomento turístico que hace un total de 22 personas y

el 21.67 % indican que la municipalidad impulsa regular el fomento turístico que hace un total de 13 personas.

6. En qué medida los atractivos turísticos se fomentan a nivel nacional e internacional?

Tabla 19

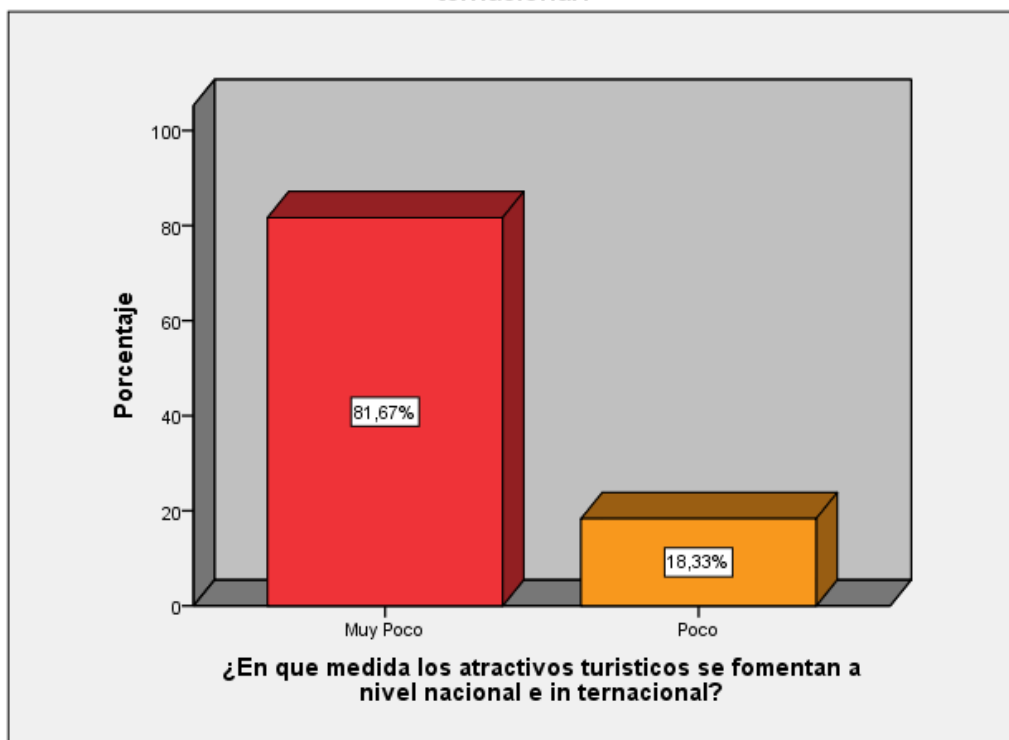
En qué medida los atractivos turísticos se fomentan a nivel nacional e internacional

¿En qué medida los atractivos turísticos se fomentan a nivel nacional e internacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Poco	49	81,7	81,7	81,7
	Poco	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. análisis estadístico SPSS 23 (elaboración propia)

¿En que medida los atractivos turisticos se fomentan a nivel nacional e internacional?



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 19 y figura 14 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haquira, el 81.7% indican que los atractivos turísticos se fomentan a nivel nacional e internacional y es muy poco que hace un total de 41 personas, el 18.3% indican que los atractivos turísticos se fomentan a nivel nacional e internacional y es poco que hace un total de 11 personas.

7. Cómo evalúa la cantidad de atractivos turísticos que existe en Haquira

Tabla 20

¿Cómo evalúa la cantidad de atractivos turísticos que existe en Haquira?

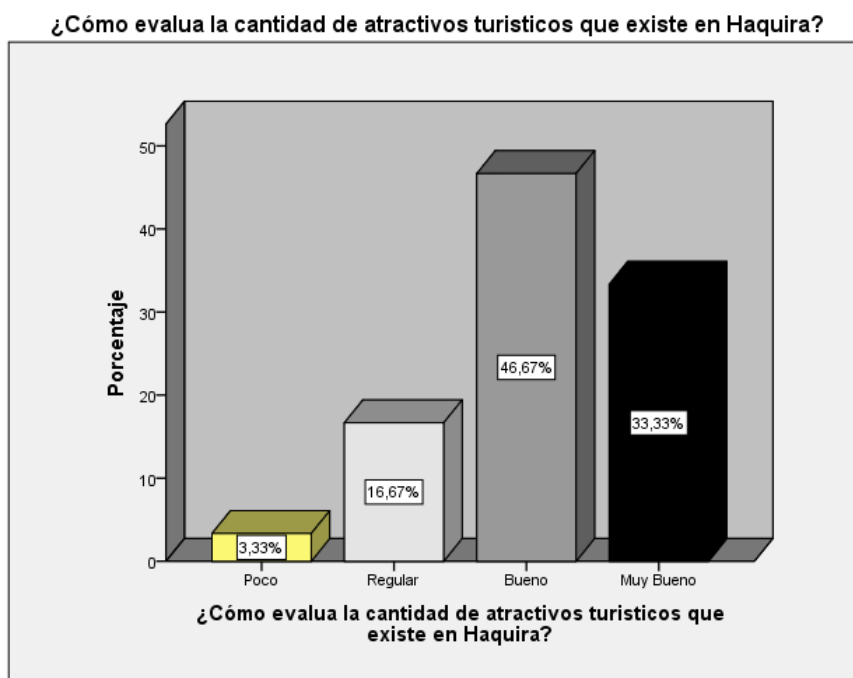
¿Cómo evalúa la cantidad de atractivos turísticos que existe en Haquira?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Poco	2	3,3	3,3	3,3
	Regular	10	16,7	16,7	20,0
Válido	Bueno	28	46,7	46,7	66,7
	Muy Bueno	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Figura 14

Análisis de la evaluación de la cantidad de atractivos turísticos que existe en Haqira



Nota. Análisis Estadístico SPSS 23 (Elaboración Propia)

Interpretación: a partir de la tabla 20 y figura 15 de un total de 60 encuestados que representa el 100% de la población del Distrito de Haqira, el 46.67% indican que la cantidad de los atractivos turísticos existen y es bueno que hace un total de 28 personas, el 33.33% indican que la cantidad de los atractivos turísticos existe y es muy bueno que hace un total de 20 personas, el 16.67% indican que la cantidad de los atractivos turísticos existe y es regular que hace un total de 10 personas y el 3.33% indican que la cantidad de los atractivos turísticos existe y es poco que hace un total de 2 personas.

5.1.2 Análisis dimensional

5.1.2.1 Análisis de la variable 1 (turismo cultural)

Tabla 21

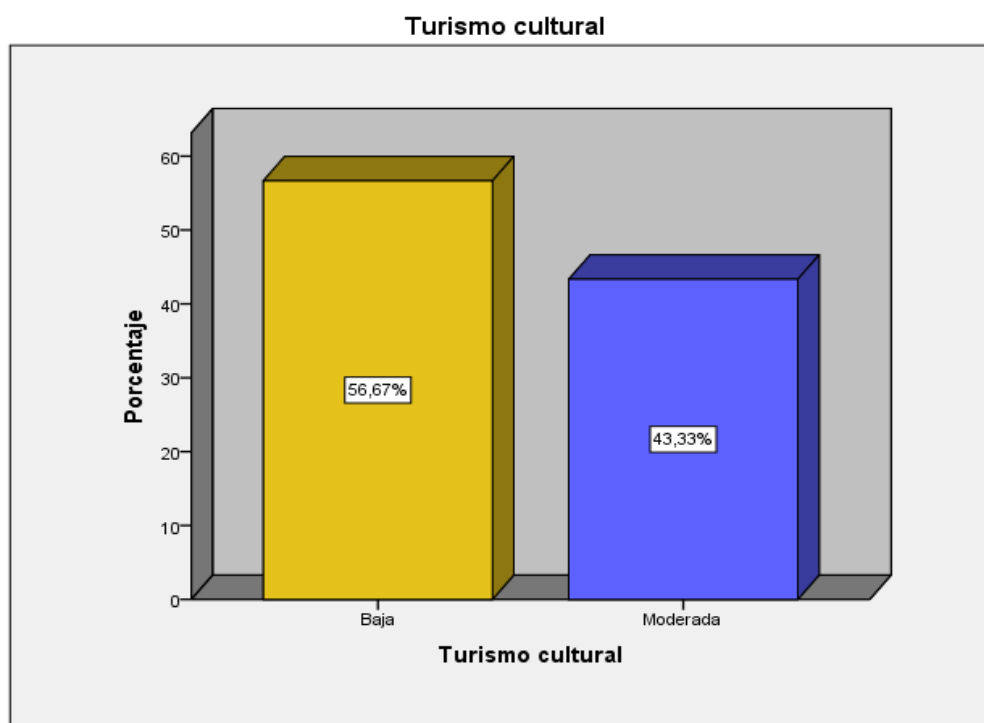
Distribución de frecuencias del turismo cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
	Baja	34	56,7	56,7	56,7
Válido	Moderada	26	43,3	43,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base al procesamiento de datos con SSPSS

Figura 15

Distribución de porcentajes de la variable turismo cultural



Nota: Elaboración propia, 2019

Se puede observar en la tabla 21 y figura 16, se observa que el 56,67% que corresponde a 34 encuestados señalan que la frecuencia del turismo cultural es baja, mientras que un 43,33% que corresponde a 26 encuestados manifiestan que esta frecuencia es moderada. Es importante señalar, que estos resultados han considerado al turismo arquitectónico monumental, religioso,

gastronómico, folclórico y familiar.

5.1.2.2 Dimensión turismo arquitectónico y monumental

Tabla 22

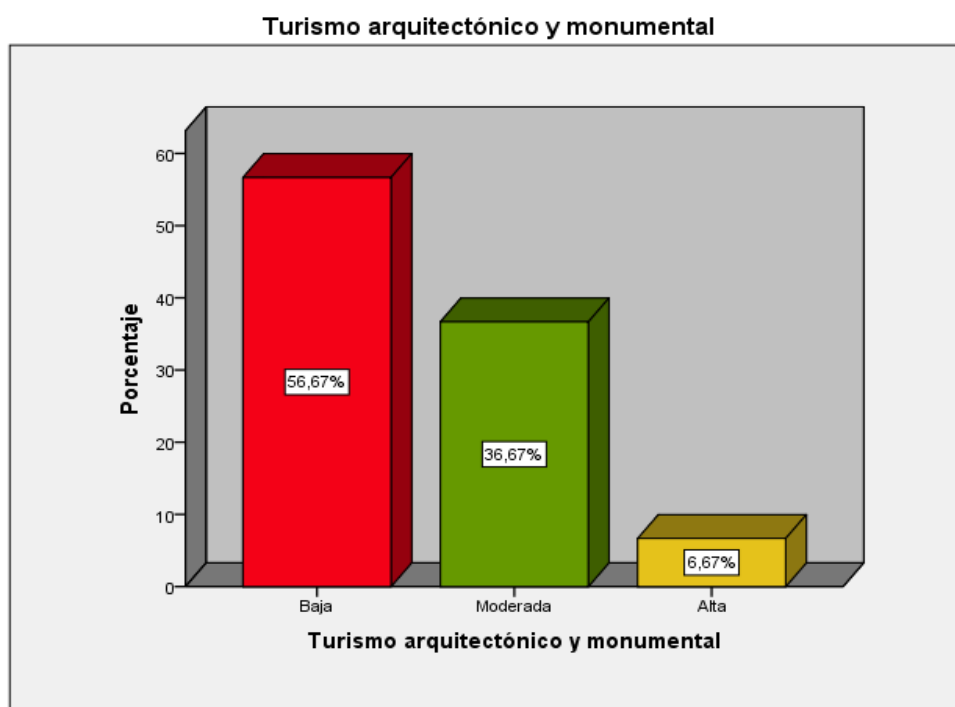
Distribución de frecuencia del turismo arquitectónico y monumental

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	34	56,7	56,7	56,7
	Moderada	22	36,7	36,7	93,3
	Alta	4	6,7	6,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 16

Distribución de frecuencia de la dimensión relacional interpersonal



Nota: Elaboración propia, 2019

En la tabla 22 y figura 17, indica que el 56, 67% que equivale a 34 encuestados manifiestan que la frecuencia promedio del turismo arquitectónico y monumental es baja; mientras que un 36,67% que corresponde a 22 encuestados menciona que la frecuencia es moderada y solo un 6,67% equivalente a 4 encuestados señalan que la frecuencia es alta. Considerando en esta dimensión la visita de turistas internacionales, nacionales y regionales; siendo más frecuente la visita de estos últimos.

5.1.2.3 Dimensión turismo religioso

Tabla 23

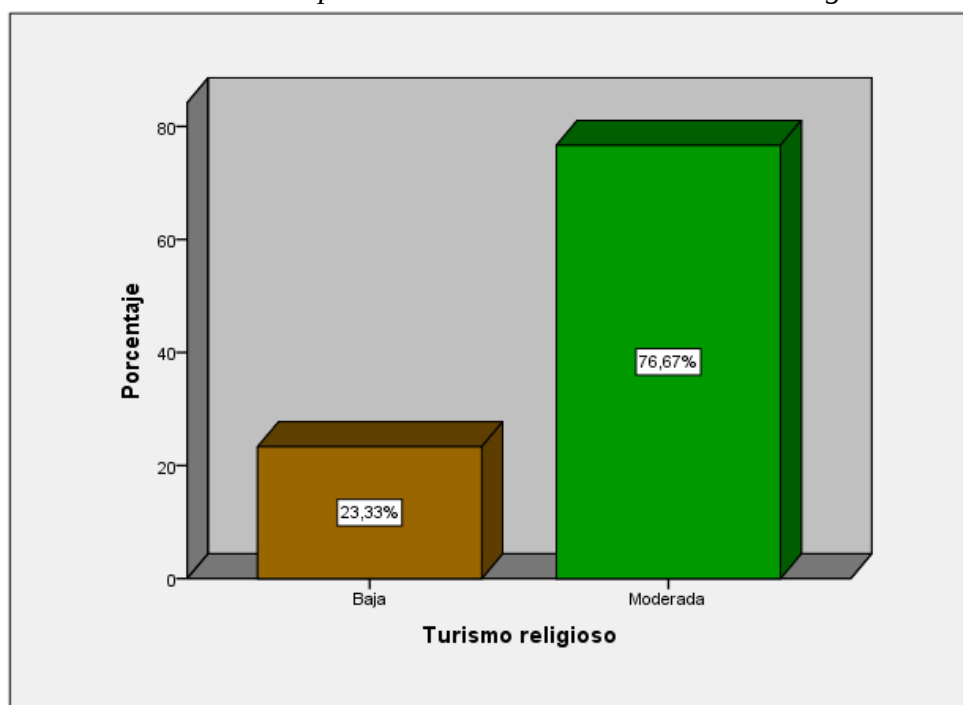
Distribución de frecuencia del turismo religioso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	14	23,3	23,3	23,3
	Moderada	46	76,7	76,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 17

Distribución de porcentual de la dimensión turismo religioso



Nota: Elaboración propia

En la tabla 23 y figura 18, detalla que el 76,67% que se refiere a 46 encuestados manifiestan que la frecuencia promedio del turismo religioso es moderada; mientras que un 23,33% que corresponde a 14 encuestados sostiene que la frecuencia es baja. Se asume que en esta dimensión la visita de los diferentes turistas era con la finalidad de conocer los templos coloniales, festividades religiosas y danzas religiosas propias de la zona, se asume que pueden ser más frecuente las visitas durante las festividades religiosas.

5.1.2.4 Dimensión turismo gastronómico

Tabla 24

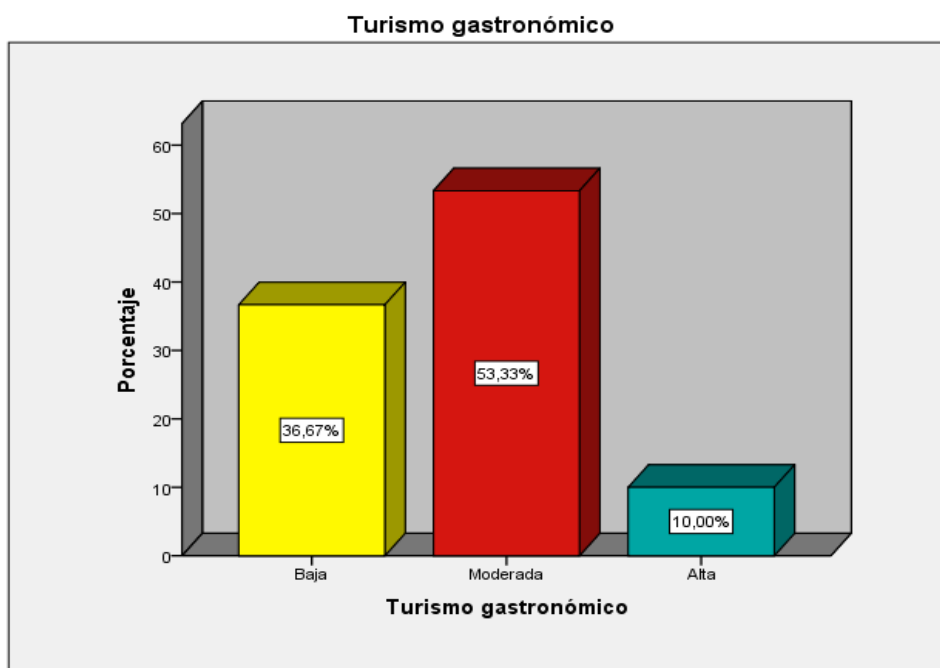
Distribución de frecuencia del turismo gastronómico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	22	36,7	36,7	36,7
	Moderada	32	53,3	53,3	90,0
	Alta	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 18

Distribución porcentual del turismo gastronómico



Nota: Elaboración propia

En la tabla 24 y figura 19, muestra que el 53,33% que se refiere a 32 encuestados manifiestan que la frecuencia promedio del turismo gastronómico es moderada; mientras que un 36,67% que corresponde a 22 encuestados sostiene que la frecuencia es baja y que el 10,00% que se refiere a 6 encuestados manifiestan que la frecuencia es alta. Se asume que en esta dimensión la visita de los diferentes turistas que no necesariamente van a degustar y están satisfechos con los platos típicos.

5.1.2.5 Dimensión turismo folclórico

Tabla 25

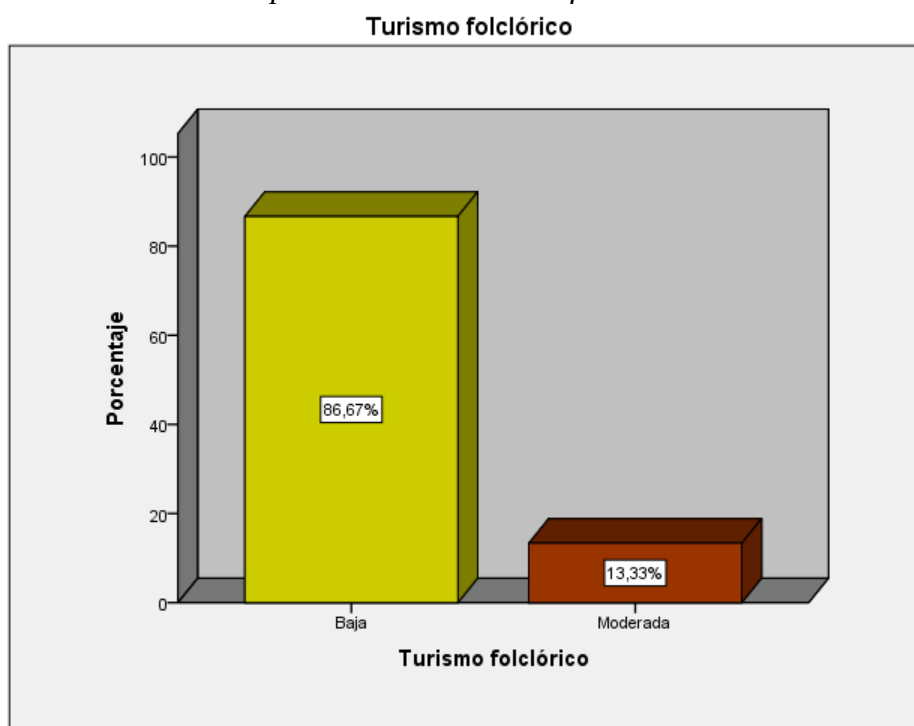
Distribución de frecuencia del turismo folclórico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	52	86,7	86,7	86,7
	Moderada	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 19

Distribución porcentual del turismo folclórico



Nota: Elaboración propia

En la tabla 25 y figura 20, detalla que el 86,67% que se refiere a 52 encuestados manifiestan que la frecuencia promedio del turismo folclórico es baja; mientras que un 13,33% que corresponde a 8 encuestados sostiene que la frecuencia es moderada. Se asume que en esta dimensión la visita de los diferentes turistas no necesariamente va con la finalidad de participar y conocer las actividades folclóricas.

5.1.2.6 Dimensión turismo familiar

Tabla 26

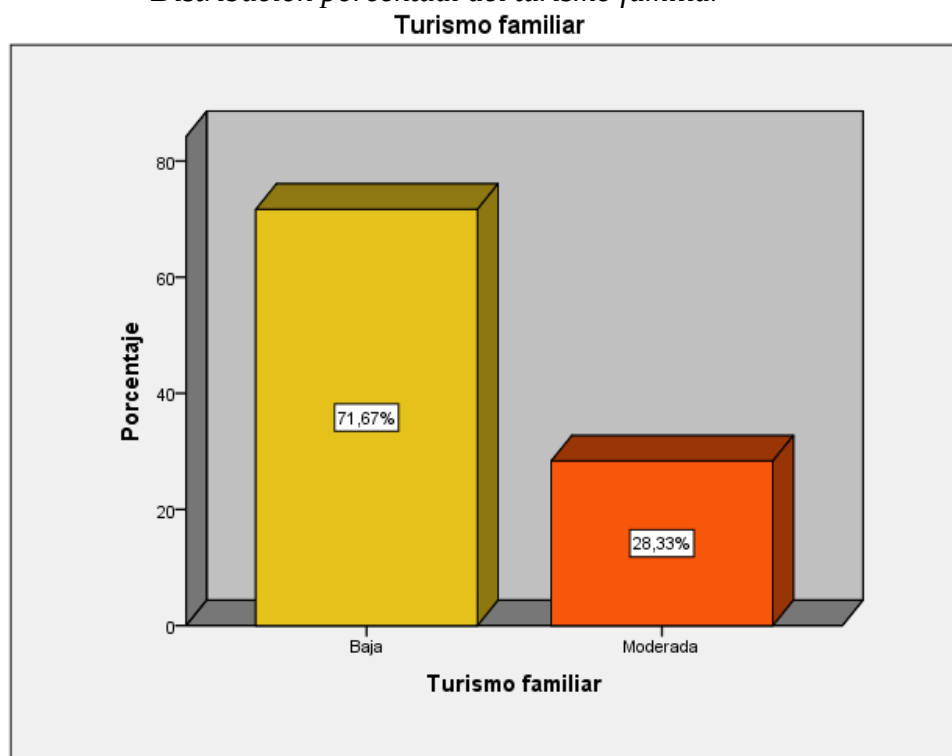
Distribución de frecuencia del turismo familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	43	71,7	71,7	71,7
	Moderada	17	28,3	28,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 20

Distribución porcentual del turismo familiar



Nota: Elaboración propia

En la tabla 26 y figura 21, detalla que el 71,67% que se refiere a 43 encuestados manifiestan que la frecuencia promedio del turismo familiar es baja; mientras que un 28,33% que corresponde a 17 encuestados sostiene que la frecuencia es moderada. Se asume que en esta dimensión la visita de los diferentes turistas era con la finalidad de visitar a sus familiares y viajan por la invitación de sus amistades.

5.1.3 Análisis de la variable 2 (crecimiento económico)

Tabla 27

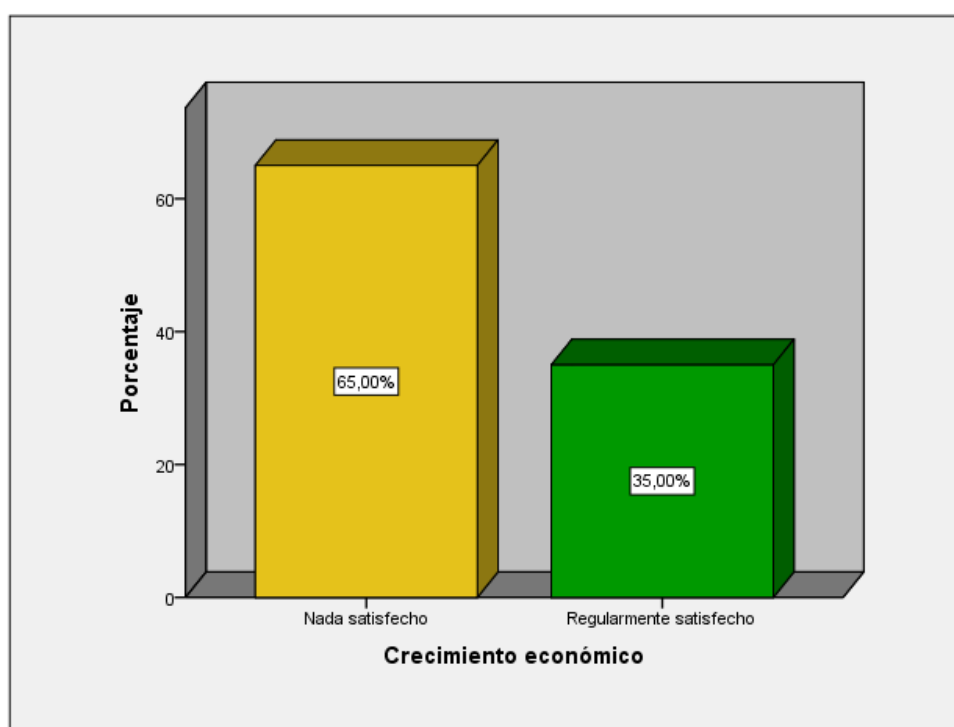
Distribución de frecuencia del crecimiento económico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	39	65,0	65,0	65,0
	Regularmente satisfecho	21	35,0	35,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 21

Distribución porcentual del crecimiento económico



Nota. Elaboración propia

En la tabla 27 y figura 22, se observa que el 65% que corresponde a 39 encuestados señalan que se encuentran nada satisfechos con el crecimiento económico en su localidad que se obtiene por la actividad turística, mientras que un 35% equivalente a 21 encuestados mencionan que están regularmente satisfechos. Es importante señalar que se consideró el crecimiento económico la oferta de bienes y servicios de la localidad para satisfacer la necesidad del turista.

5.1.3.1 Dimensión servicios

Tabla 28

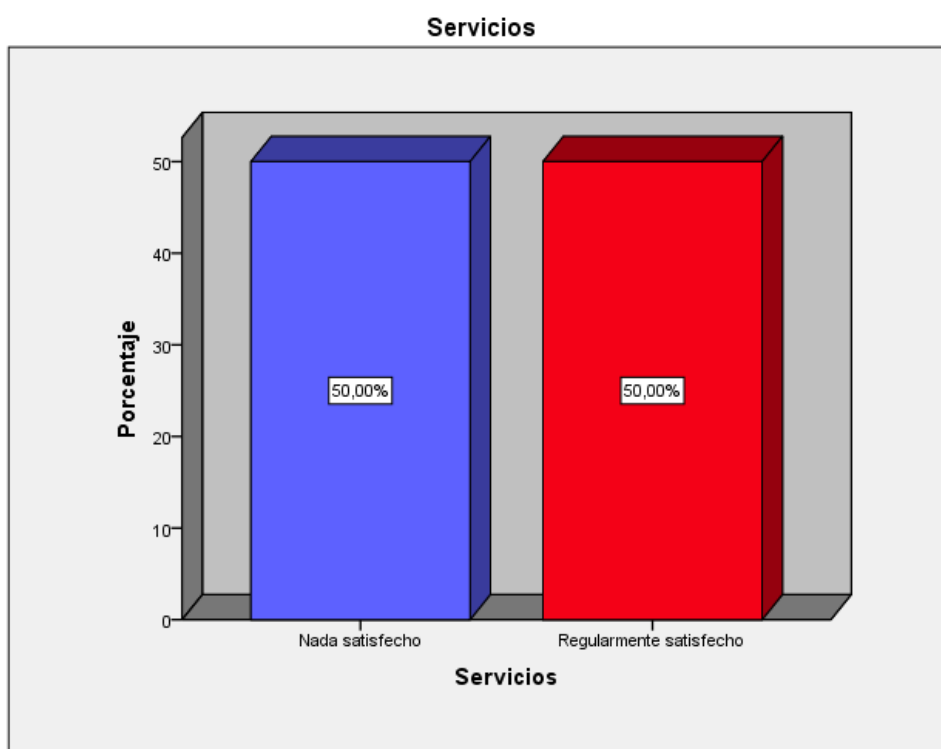
Distribución de frecuencia de los servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nada satisfecho	30	50,0	50,0	50,0
Válido	Regularmente satisfecho	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 22

Distribución porcentual de la dimensión servicios



Nota: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla 28 y figura 23, se detalla que el 50% que corresponde a 30 encuestados señalan que no se encuentran nada satisfechos con el crecimiento económico por los servicios que ofertan, mientras que el otro 50% menciona que se encuentran regularmente satisfechos. En este análisis se consideró los servicios de transporte, hospedaje y restaurantes.

5.1.3.2 Dimensión bienes

Tabla 29

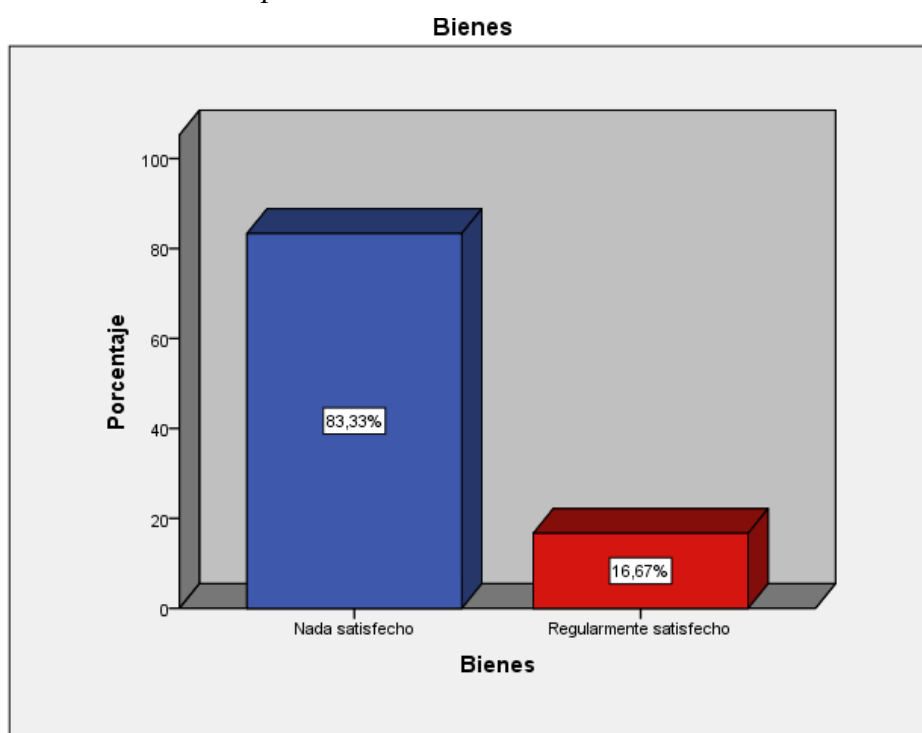
Distribución de frecuencia de la dimensión bienes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada satisfecho	50	83,3	83,3	83,3
	Regularmente satisfecho	10	16,7	16,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Nota: Elaboración propia en base a procesamiento de datos con SSPSS

Figura 23

Distribución porcentual de la dimensión bienes



Nota: Elaboración propia

La tabla 29 y figura 24, especifica que el 83,33% que equivale a 50 encuestados se encuentran nada satisfechos con el crecimiento económico por los bienes que ofrecen a los turistas, en tanto un 16,67% que corresponde a 10 encuestados señalan que se sienten regularmente satisfechos. Considerando dentro de los bienes que ofrecen los comerciantes de la localidad abarrotes, vestimentas,

fármacos y también artesanía.

5.2 Contrastación de hipótesis

5.2.1 Análisis bivariado “turismo cultural y crecimiento económico”

a) Hipótesis estadística

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre el Turismo Cultural con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

Hipótesis alterna

Existe una relación significativa entre el Turismo Cultural con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

b) Nivel de significancia $\alpha=0,05$ (5%)

c) Toma de decisión: en base al coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 30

Relación entre las variables "turismo cultural y crecimiento económico"

				Turismo cultural	Crecimiento económico
Rho	Turismo cultural	Coeficiente de correlación	de	1,000	,557**
		Sig. (bilateral)		.	,000
		N		60	60
de Spearman	Crecimiento económico	Coeficiente de correlación	de	,557**	1,000
		Sig. (bilateral)		,000	.
		N		60	60

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Elaboración propia, en base a la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman

En el análisis de correlación entre las variables turismo cultural y crecimiento económico, de acuerdo a los resultados que se detallan en la tabla 30, se observa que **p** valor es igual a 0,000, siendo esta cifra menor al nivel de significancia (0,05), por lo que se decide rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis

De acuerdo a la tabla 31, que corresponde al coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un p valor de 0,001 siendo menor al nivel de significancia (0,05), por lo tanto se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; afirmando que: “Existe una relación significativa entre el Turismo arquitectónico monumental con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac”, además el Rho es de 0,428** esto demuestra que la relación entre esta dimensión y variable es moderada.

5.2.3 Análisis bivariada “turismo religioso y crecimiento económico”

a) Hipótesis estadística

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre el Turismo religioso con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

Hipótesis alterna

Existe una relación significativa entre el Turismo religioso con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

b) Nivel de significancia $\alpha=0,05$ (5%)

c) Toma de decisión: en base al coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 32

Relación entre turismo religioso y crecimiento económico

			Turismo religioso	Crecimiento económico
Rho	Turismo religioso	Coeficiente de correlación	de 1,000	,405**
		Sig. (bilateral)	.	,001
De	Crecimiento económico	N	60	60
		Coeficiente de correlación	de ,405**	1,000
Spearman	Crecimiento económico	Sig. (bilateral)	,001	.
		N	60	60

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia, en base a la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman

De acuerdo a la tabla 32, que corresponde al coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un p valor de 0,001 siendo menor al nivel de significancia (0,05), por lo tanto se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; afirmando que: “Existe una relación significativa entre el Turismo religioso con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac”, además el Rho es de 0,405** esto demuestra que la relación entre esta dimensión y variable es moderada.

5.2.4 Análisis bivariada “turismo gastronómico y crecimiento económico”

a) Hipótesis estadística

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre el Turismo gastronómico con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

Hipótesis alterna

Existe una relación significativa entre el Turismo gastronómico con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac

b) Nivel de significancia $\alpha=0,05$ (5%)

c) Toma de decisión: en base al coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 33

Relación entre turismo gastronómico y crecimiento económico

			Turismo gastronómico	Crecimiento económico
Rho		de	1,000	,081
de	Turismo gastronómico	Coeficiente correlación	.	,537
Spearman		Sig. (bilateral)	60	60
		N		
	Crecimiento económico	Coeficiente correlación	,081	1,000
		Sig. (bilateral)	,537	.
		N	60	60

Nota. Elaboración propia, en base a la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman

De acuerdo a la tabla 33, que corresponde al coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un p valor de 0,537 siendo mayor al nivel de significancia (0,05), por lo tanto se toma la decisión de rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula; afirmando que: “No existe relación significativa entre el Turismo gastronómico con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac”, además el Rho es de 0,081** esto demuestra que la relación entre esta dimensión y variable es muy baja.

5.2.5 Análisis bivariada “turismo folclórico y crecimiento económico”

a) Hipótesis estadística

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre el Turismo folclórico con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

Hipótesis alterna

Existe una relación significativa entre el Turismo folclórico con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

b) Nivel de significancia $\alpha=0,05$ (5%)

c) Toma de decisión: en base al coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 34

Relación entre turismo gastronómico y crecimiento económico

			Turismo folclórico	Crecimiento económico
Rho de Spearman	Turismo folclórico	Coeficiente de correlación	1,000	,123
		Sig. (bilateral)	.	,348
	Crecimiento económico	N	60	60
		Coeficiente de correlación	,123	1,000
		Sig. (bilateral)	,348	.
		N	60	60

Nota. Elaboración propia, en base a la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman

De acuerdo a la tabla 34, que corresponde al coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un p valor de 0,348 siendo mayor al nivel de significancia (0,05), por lo tanto se toma la decisión de rechazar la hipótesis alterna y aceptar la hipótesis nula; afirmando que: “No existe relación significativa entre el Turismo folclórico con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac”, además el Rho es de 0,123** esto demuestra que la relación entre esta dimensión y variable es muy baja.

5.2.6 Análisis bivariada “turismo familiar y crecimiento económico”

a) Hipótesis estadística

Hipótesis nula

No existe una relación significativa entre el Turismo familiar con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.

Hipótesis alterna

Existe una relación significativa entre el Turismo familiar con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas

– Apurímac.

b) Nivel de significancia $\alpha=0,05$ (5%)

c) Toma de decisión: en base al coeficiente de correlación de Spearman

Tabla 35

Relación entre turismo familiar y crecimiento económico

			Turismo familiar	Crecimiento económico
Rho	Turismo familiar	Coeficiente de correlación	1,000	,547**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	60	60
Spearman	Crecimiento económico	Coeficiente de correlación	,547**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	60	60

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia, en base a la aplicación del coeficiente de correlación de Spearman

De acuerdo a la tabla 35, que corresponde al coeficiente de correlación Rho de Spearman, se obtuvo un p valor de 0,000 siendo menor al nivel de significancia (0,05), por lo tanto se toma la decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna; afirmando que: “Existe una relación significativa entre el Turismo familiar con el Crecimiento Económico del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac”, además el Rho es de 0,547** esto demuestra que la relación entre esta dimensión y variable es moderada.

5.3 Discusión

Con respecto al objetivo general, se determinó significativamente qué el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac. Los resultados que, al ser comparados con lo encontrado según Paucar Ccahuana & Valderrama Perez , (2015) en su tesis titulado, “El sector turismo y su impacto en el crecimiento económico de la Región Cusco, durante el período 2004- 2014” según las conclusiones, Con respecto a la hipótesis general se puede decir que, el sector turismo, se ha consolidado a nivel nacional y en específico en la Región Cusco, como un elemento fundamental de crecimiento y consigo el desarrollo dentro de la economía. Es así como se muestran en los resultados de los modelos macroeconómicos de crecimiento económico, empleo y pobreza en el periodo de estudio, 2004 - 2014 que el sector turismo influye en el crecimiento económico, empleo y pobreza positivamente; por lo cual esta investigación fue explicativa donde el estudio es a nivel Regional.

Sin embargo nuestra investigación fue de nivel correlacional transeccional, de tipo básica y la población empleada fueron los que perciben ingreso económico como transportistas, hospedajes, restaurantes, etcétera a nivel Distrital, y la entrevista al alcalde de la Municipalidad Distrital de Haqira, por lo tanto en las conclusiones no se asemejan, debido a que esta investigación es de tipo explorativa descriptiva y correlacional, además la población encuestada fueron los habitantes de la Región de Cusco y de diseño no experimental longitudinal, por lo mismo que el trabajo fue profundizado además recogen datos cuantitativos y cualitativos. La ciudad del Cusco es un potencial en turismo por que cuenta con variedad y diversidad de atractivos turísticos, así como Machupichu mientras que los atractivos turísticos del Distrito de Haqira se encuentran alejados geográficamente, no cuenta con infraestructuras adecuadas y por desinterés de las entidades competentes.

Con relacional al objetivo específico 1; se determinó significativamente que el fomento del Turismo arquitectónico y monumental se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas - Apurímac. Al ser comparado con lo encontrado por Dávila, (2015), en su tesis titulado “Atractivos turísticos culturales: tipo histórico y nivel de satisfacción del turista en

la ciudad de Iquitos, periodo 2015” quien concluyo que el 73.8% de turistas refirieron estar satisfechos con los atractivos turísticos de tipo históricos: arquitectura y monumentales y solo 26.2% refirieron estar insatisfechos. No obstante el antecedente mencionado es de tipo descriptivo, la técnica aplicada fue la entrevista a los turistas nacionales y extranjeros con una muestra de 382, mientras que nuestra investigación es de nivel correlacional y se aplicó la técnica de encuestas que fueron los comerciantes de dicha localidad, además que la relación entre la dimensión y variable es moderada por lo tanto las conclusiones no se asimilan, debido a que, en el Distrito de Haquira no se aprecia la fomentación del turismo arquitectónico y monumental a nivel nacional e internacional, por lo mismo que este es un lugar alejado para la llegada de turistas, a comparación de otros lugares tienen toda la facilidad para arribar a los destinos turísticos.

En cuanto al Objetivo específico 2; se determinó significativamente que el fomento del Turismo religioso se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas -Apurímac. Al ser comparado con lo encontrado por Cabrera, (2016) En su tesis titulado “Estudio para la implementación de una ruta turística religiosa católica en el Cantón Quevedo, año 2016.” concluyo; Se puede concluir que, el Cantón Quevedo, no ha alcanzado su máximo desarrollo turístico religioso católico, el mismo que necesita ser potencializado, puesto que en la ciudad existe el fervor religioso del catolicismo para impulsar este tipo de turismo, que sería de gran importancia y en beneficio para su desarrollo socio-cultural-religioso. Lo cual, se puede inferir que el antecedente mencionado fue una investigación de campo y bibliográfico, método inductivo, y con una muestra de 381 personas, la técnica empleada fue la encuesta a las personas religiosas católicas, por otra parte, nuestra investigación es moderada en cuanto a la variable y dimensión, ambas investigaciones son diferentes, por lo que el Distrito de Haquira cuenta con atractivos turísticos religiosos, pero esta necesita ser potencializada a través de publicidades de esa manera pueda generar el interés del turista visitar a la localidad y a la vez generar más ingresos económicos, sin embargo esta no cuenta con equipamiento necesario.

En relación al objetivo específico 3, se determinó que el fomento del Turismo gastronómico no tiene relación con el Crecimiento Económico Local del Distrito

de Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac. Los resultados que, al ser comparados con lo encontrado, Según Muñoz (2016); en su tesis titulado “Diseño de un circuito gastronómico de la comida típica manabita en el desarrollo turístico del cantón Chone” concluye, se estableció el tipo de segmento de mercado turístico visita Chone logrando establecer el perfil del visitante e identificar sus principales intereses, necesidades de tal manera que el circuito gastronómico este acorde a lo que el turista potencial espera. Con los que estos resultados se pueden inferir que la investigación en mención es explicativa y descriptiva, estas investigaciones no se asemejan ya que este se refiere diseñar un circuito gastronómico y nuestra investigación busca la relación entre la variable y la dimensión, en donde se aprecia que el turismo gastronómico no contribuye en el crecimiento económico local del Distrito de Haquira, ya que los turistas no viajan por la gastronomía, más bien por conocer los atractivos turísticos que posee la localidad.

Con respecto al objetivo específico 4, se determinó que el fomento del Turismo folclórico no tiene relación con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas -Apurímac. Los resultados que al ser comparados con lo encontrado Según Echevarría (2015); en su tesis titulado: “El folclore social y su aporte al desarrollo del turismo cultural del cantón Ambato Provincia de Tungurahua” según la conclusión; existe un descuido en la organización de los eventos culturales en las zonas rurales del cantón Ambato por lo que la afluencia de turistas extranjeros es mínima, El turismo es una de las mayores fuentes de riqueza para el futuro, por lo que se necesita buscar mayores alternativas de promoción del Folclore Social, especialmente de las celebraciones tradicionales únicas de cada Parroquia para potencializar la llegada de visitantes. Las dos investigaciones no tienen parecido porque es de nivel descriptivo, exploratorio y explicativa, con una población de 400 personas utilizando las técnicas de observación, encuesta y entrevista con 9 ítems, además que la afluencia de los turistas es mínima en los eventos folclóricos que se realiza en el Distrito de Haquira, a falta de la fomentación de todos los eventos folclóricos y dar valor al folclor que cultiva la localidad.

En cuanto al objetivo específico 5: se determinó significativamente el fomento del Turismo familiar se relaciona con el Crecimiento Económico Local del Distrito de



Haquira, Provincia de Cotabambas – Apurímac, esto demuestra que la relación entre esta dimensión y variable es moderada, debido a que los turistas en familia viajan por disfrutar el turismo cultural que tiene el Distrito de Haquira.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

El turismo entendido como una actividad económica y de servicios, ha logrado un desarrollo vertiginoso a nivel mundial, convirtiéndose en una alternativa de progreso de países y regiones con potenciales recursos turísticos. De ahí que en base a los resultados más significativos que se lograron conseguir en la presente investigación, se puede concluir lo siguiente:

Según los resultados se concluye que de acuerdo al coeficiente de correlación Rho de Spearman es ($Rho = 0,557^{**}$) y el p valor (0,000), donde existe una relación significativa, moderada y positiva entre las variables Turismo Cultural con el Crecimiento Económico Local del Distrito de Haquira, en cuanto al fomento se aprecia que es baja, con esa misma lógica también el crecimiento económico es mínimo, con esto determinamos que ambas variables Turismo Cultural y Crecimiento Económico se relacionan directamente, puesto que si habría un mayor fomento, promoción y publicidad de Turismo Cultural habría también un mayor Crecimiento Económico local del Distrito de Haquira.

Después de haber evaluado la primera hipótesis específica, el Coeficiente de correlación Rho de Spearman es ($Rho = 0,428$) y el p valor (0,001), lo cual indica que existe una relación significativo, moderado y positivo entre la dimensión de turismo arquitectónico y monumental con el crecimiento económico Local del Distrito de Haquira. Por ende, la dimensión mencionada y la variable crecimiento económico se relaciona directamente, puesto que, a mayor visita de turistas al turismo arquitectónico y monumental, generara mayor ingreso económico local.

Luego de haber evaluado la segunda hipótesis específica, el Coeficiente de correlación Rho de Spearman ($Rho = 0,405$) y el p valor ($0,001$), indica que la relación entre la dimensión de turismo religioso con el crecimiento económico Local del Distrito de Haquira, es significativo, moderado y positivo, cabe mencionar que el turismo religioso atrae mayor cantidad de turistas, devotos, peregrinos que tienen fe, por la repetición constante de sus viajes. Por ende, es ventajoso porque se incrementará el ingreso económico.

Luego de haberse evaluado la tercera hipótesis específica, el Coeficiente de correlación Rho de Spearman es ($Rho = 0,081$) y el p valor ($0,537$), establece que no existe relación entre la dimensión de turismo gastronómico con el crecimiento económico Local del Distrito, lo cual se puede interpretar que los turistas no viajan por degustar, más bien por conocer otras realidades y atractivos que se encuentran en el lugar.

Después de haberse evaluado la cuarta hipótesis específica, el Coeficiente de correlación Rho de Spearman es ($Rho = 0,123$) y el p valor ($0,348$), establece que no existe relación entre la dimensión Turismo Folclórico con el Crecimiento Económico local del Distrito, esto se debe a que existe una deficiente información de Turismo Folclórico por parte de las autoridades y los pobladores, por tanto una adecuada información y promoción especialmente de las fiestas populares está directamente relacionada con el crecimiento turístico y por ende con los ingresos económicos.

Luego de haber evaluado la quinta hipótesis específica, el Coeficiente de correlación de Rho de Spearman es ($Rho = 0,547$) y el p valor (0,000), establece que la relación entre la dimensión Turismo Familiar con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haquira es significativo, moderado y positivo. Por lo que la dimensión mencionada y la variable crecimiento económico tiene relación directa, esto implica que existe el fomento del turismo familiar entonces repercutirá en los ingresos económicos.

De acuerdo a la entrevista que se realizó al sr. alcalde ing. Gonzalo Paz Velásquez Collque, tuvimos una nueva experiencia y en base a ello llegamos a una conclusión ya que el alcalde tiene todas las ganas de trabajar por el turismo del Distrito de Haquira, donde se está destinando un monto de 1.5 millones al sector turismo, así mismo también ha promocionado el turismo mediante el canal 2 frecuencia latina para que más turistas puedan visitar la zona turística, también indica que está por iniciar la ejecución de un proyecto de un CANOPY o ZIPLINE, que consiste en cables lanzados entre los morros de Huista y de Qoñaunco, lo que también será un atractivo para el Distrito de Haquira y un ingreso económico para más familias. De esa forma con ampliar nuevos destinos turísticos en la localidad de haquira se generará ingresos económicos para el crecimiento económico de la localidad.

6.2. Recomendaciones

Se recomienda a las autoridades de la Municipalidad Distrital de Haqira implementar, un departamento de turismo para encaminar la actividad turística en el mismo.

Mejorar la infraestructura básica y poner en valor el turismo arquitectónico y monumental, así como la colocación de la respectiva señalización turística con información interpretativa y selectiva de los atractivos turísticos de la zona.

Implementar proyectos que permitan mejorar el aspecto de los templos coloniales, para brindar al peregrino una estadía más confortable y generar un corredor turístico histórico entre las zonas turísticas, señalizando todas las calles e indicando los accesos a los atractivos turísticos.

Teniendo en consideración que dentro del turismo familiar se realizan durante las vacaciones escolares por lo tanto se debe aprovechar esa temporada e implementar parques recreacionales y fortalecer las capacidades para que los comerciantes puedan ofrecer más servicios.

Se recomienda al alcalde de la Municipalidad Distrital de Haqira cumplir con las promesas que tiene con la localidad de Haqira para de esa forma alcanzar las metas propuestas y hacer realidad todos los proyectos que tiene en base al turismo de esa forma generar ingreso económico, primero generando empleo a más personas, fomentando los destinos turísticos para que se haga conocido a nivel nacional e internacional e implementando otros destinos turísticos para que la población y más familias tengan ingresos económicos, de tal forma erradicar la pobreza y la extrema pobreza.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvaro, J. J. (2017). *Turismo como motor de Crecimiento Economico Sostenible*. tesis doctoral, Universidad la Castilla la Mancha, Cuenca.
- Arotoma, S. (2017). *Tesis de grado y metodologoa de investigacion* (1ra ed.). (Sixto, Ed.) Lima, Peru.
- Asociacion fondo de investigacion y editores. (2013). *Introduccion a la economia enfoque social*. (A. f. editores, Ed.) Lima, Peru: Lumbreras.
- Borbor, P. P. (2014). *Plan estrategico paea el desarrollo del turismo comunitario en la comuna ayangue, parroquia colonche del canton santa elena, provincia de santa elena*. Santa Elena: La Libertad.
- Boullen, R. (2012). En A. Panosso Netto, & G. Lohmann, *Teoria del turismo* (pág. 32). Mexico, Mexico: Trillas.
- Brida , J. G., Monterubbianesi, P. D., & Zapata , A. Z. (2011). Impacto del turismo sobre el crecimiento economico y desarrollo . *Pasos revista de turismo y patrimonio cultural*, 9, 292.
- Brida, G., & Monterubbianesi, D. y. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural.*, 292.
- CANATUR, C. N. (1971). www.canaturperu.org.
- Charaja, C. F. (2019). *Metodologia de la Investigacion* (1ra edicion ed.). Puno, Puno, Peru: Sagitario.
- Chique, V., & Apaza, J. (2018). *Sintesis de actividad economica de Apurimac*. cusco, cusco.
- Congreso, I. (7- 8 de Mayo de 2015). Turismo cultural. (M. a. tourism, Ed.) *International Journal*, 2, 57.
- Contreras, T. K. (2016). *Los recursos turisticos y su influencia en el crecimeitno de la actividad turistica de la Provincia de Abancay - 2014*. Tesis, Apurimac , Abancay .

- cruz, L. S. (2016). *Turismo alternativa e desarrollo de los Pueblos y Regiones del Peru*. Huarochiri: Lima.
- Delgado, A. P. (2015). *turismo reseptivo y su aporte al crecimiento economico en la region la libertad periodo 2005 - 2014*. trujillo.
- Eliseo, M. (7 de agosto de 2013). Recuperado el 23 de noviembre de 2019, de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/delimitacion-del-problema-de.html>
- Enric, P. J. (2009). Turismo religioso. *Episcopal*, 22.
- Felix, C. (1973). *Estadistica aplicada a la sociologia*. .
- Ferrer, J. (2010). Recuperado el 23 de NOVIEMBRE de 2019, de <http://metodologia02.blogspot.com/p/justificacion-objetivos-y-bases.html>
- Frank, R., & Bernanke, B. (2004). *Principios de economia* (1ra ed.). (A. Navarro, Ed.) Madrid, España: MC Graw Hill.
- Fuster, F. (1985). *Introduccion a la teoria y la tecnica del turismo*. Madrid: Alianza.
- Hakobyan, K. (2011). Turismo religiosos y espacios sagrados . *Revista Iberoamericana de Turismo*, 1, 63 y 64.
- Hernandez, S. R., Fernadez Collado , C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de investigacion cientifica* (6ta edicion ed.). Mexico, Mexico: Interamericana.
- Hernandez, S. R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, L. (2014). *Metodologia de investigacion cientifica* (6ta ed.). Mexico, Mexico: Edamsa 6°.
- Ibañez & Cabrera Reyna, C. (2011). De acuerdo a las tendencias de cambio en las necesidades, gustos y preferencias de la gente. En Silvestre, & D. E. Cruz (Ed.), *Teoria general del turismo: un enfoque global y nacional* (pág. 92). Mexico, Mexico. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1ReGJ8FIdNjtgq0hckSmtJRAYAsERYLbf/view>
- ICOMOS. (1990). Gestion del Ptrimonio Arqueologico. En A. P. Juez, *yacimiento de turismo* (pág. 35). barcelona: ariel.
- ISTO, O. (2011). *oits-isto*. Recuperado el 24 de agosto de 2019, de <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=439>
- Juez, A. P. (2006). Gestion de Patrimonio Arqueologico. ARIEL.
- Kotler, p., Bowen , J., Makens, J., Garcia , J., Flores, & Flores, J. (2011). *Marketing Turistico* (5ta ed.). (A. Cañizal, Ed.) Madrid, España: Pearson.



- Lambogglia, O. J. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina el caso del Ecuador*.
- Linares, J. (2013). *Metodología de la investigación de Mercados*. Lima, Lima, Perú: San Marcos.
- Mcintosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, B. (1999). *Turismo planeación administración y perspectivas* (2da ed.). Mexico, Mexico: Limosa.
- Mcintosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, B. (1999). *Turismo planeación administración y perspectivas* (2da ed.). (G. noriega, Ed.) Mexico, Mexico: Limosa.
- MINCETUR, (. L. (2010). *Una propuesta de acción para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Sullana*. Piura: Piura.
- Mochon, M. F. (1996). *Economía*. (O. Garcia, Ed.) Valenciana, Valencia, España: Printed in Soain.
- Morcillo, F. M. (1996). *Economía*. (O. Garcia, Ed.) Valenciana, Valencia, España: Printed in Soain.
- Moreno, M., & Coromoto, M. (2010). turismo y producto turístico evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Redalyc*, 15. Recuperado el 25 de agosto de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>
- Nueva enciclopedia, P. (2016). *Turismo, hoteles y restaurantes* (Vol. 1). (M. L. Tormo, Ed.) Barcelona, España: Oceano centrum.
- OMT. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas en turismo*. Madrid: Alianza.
- OMT, O. M. (2008). Entender el turismo. *esencialmente en que supone la progresiva especialización, simplificación y*. RIET.
- Ortiz Molina, M. A. (2012). Identidad y diferencia del folklore en la Península Ibérica. *Dialnet*(3), 68. Recuperado el 04 de 09 de 2019, de <file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-IdentidadYDiferenciaDelFolkloreEnLaPeninsulaIberic-3825361.pdf>
- Parellada, J. (noviembre de 2009). el turismo religioso. sus perfiles. 9, 10 y 11. Obtenido de <http://www.conferenciaepiscopal.es>
- Parkin, M. (2014). *Economía* (10mo primera edición ed.). (Apolo, Ed.) Mexico, Mexico: Guillermo Dominguez Chavez.
- Parkin, M. (2014). *Economía* (10mo primera edición ed.). (Apolo, Ed.) Mexico, Mexico: Guillermo Dominguez Chavez.
- PEI, P. E. (Setiembre de 2012). <http://www.regionapurimac.gob.pe>.
- PENTUR. (20 de Abril de 2011). <http://grupodeinterespentur.blogspot.com>.



- Porras, D. Y. (2010). *La promocion de los atractivos turisticos y su influencia en el desarrollo de los circuitos por la directur en la provincia de abancay enn el año 2010*. Abancay: Apurimac.
- Presidente de la republica. (2013). *Ley General del Turismo (ley N° 29408)*. Peru: Peru.
- Programa, P. 6. (2014). *Programas sociales*. Haquira.
- PROMPERU. (s.f.). *aulavirtual.promperu.gob.pe*. Obtenido de Aula virtual.
- Quesada, C. R. (2000). *elementos del turismo*. san jose, costa risa: EUNED.
- Quispe, Q. U. (2001). *Introduccion ala Economia* (2da edicion actualizada ed.). (A. P. Galvan, Ed.) Lima, Lima, Peru: San Marcos.
- SERNANP, (. L. (2011). *Una propuesta de accion para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Sullana*. Piura: Piura.
- Smith, A. (1975). *La teoría del crecimiento económico*. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal - Cuba: redalyc.
- Solow, R. M. (1956). *teoria de crecimiento de la economia . neoclasico*.
- Toma, I. J. (2014). *Estadistica aplicada segunda pate*. Lima : Universidad del Pacifico.
- Torres Bernier, E. (mayo de 2011). La gastronomia como atractivo turistico primario de un destino. *Redalyc*, 20(3), 3. Obtenido de www.redalyc.org/pdf/1807/180717583012.pdf
- Torres, B. (2006). *Metodologia de la Investigacion para Administracion, Economia, Humanidades y ciencias sociales*. Mexico, Mexico: Pearson Educacion.
- Troitiño, M. Á. (1998). *TURISMO Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN LAS CIUDADES HISTÓRICAS CON PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO-MONUMENTAL*. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría de Estado de Comercio, turismo y pymes, Madrid. Obtenido de <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-137-1998-pag5-53-81317.pdf>
- UNESCO. (2006). El yacimiento como recurso turistico. En A. P. Juez, *Gestion del Patrimonio Arqueologico* (pág. 34). Barcelona.
- Vara-Horna, A. A. (2016). *7 pasos para elaborar una tesis*. Lima: MACRO.
- Webb, R., Agreda, V., & Mendieta, C. (2005). *Barreras economicos de Apurimac*. Lima- Peru.
- Yessenia, P. C. (2015). *El sector turismo y su inpackto en el crecimiento economico de la region Cusco, durante el periodo 2004 - 2014*. cusco: cusco.



Zavala, A. A. (1998). *Elementos basicos de la Economia* (1ra edicion ed.). (A. J. Galvan, Ed.) Lima, Lima, Peru: San Marcos.



ANEXOS MATRIZ DE CONSISTENCIA

TURISMO CULTURAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO LOCAL DEL DISTRITO DE HAQUIRA, PROVINCIA DE COTABAMBAS – APURIMAC

Tabla 36 Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
PG: ¿En qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?	OG: Determinar en qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.	H.G. El fomento del Turismo Cultural tiene una relación significativa en el Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac	VI: Turismo Cultural	Turismo arquitectónico y monumental	Visitas al patrimonio arquitectónico y monumental	TIPO Básica ENFOQUE Cuantitativo NIVEL Descriptivo Correlacional METODO Deductivo DISEÑO Diseño no experimental TÉCNICA Encuesta Entrevista INSTRUMENTO Cuestionario Guía de entrevista HERRAMIENTA INFORMÁTICA SPSS v.23 Rho de
					Cantidad de turistas que visitan a las edificaciones	
				Turismo Religioso	Visita a los templos coloniales	
					Promedio de visitas por festividades religiosas	
					Participación por celebraciones religiosas	
				Turismo Gastronómico	Visita por los platos típicos	
				Turismo folclórico	Participación en actividades y manifestaciones	
PE1: ¿Cómo el Turismo arquitectónico y monumental se relaciona con el Crecimiento Económico del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac?	OE1: Determinar como el Turismo arquitectónico y monumental se relaciona con el Crecimiento Económico del Distrito de Haqira – Apurímac.	H.E.1. El fomento del Turismo arquitectónico y monumental tiene una relación significativa con el Crecimiento Económico del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac.	VD: Crecimiento	Servicios	Visita a familiares	
					Visita a amigos	
					Cantidad de empresas que ofrecen servicios	

CUESTIONARIO DE INVESTIGACION

El presente cuestionario tiene por finalidad rescatar información para el desarrollo del proyecto de tesis “**Turismo Cultural y Crecimiento Económico local del Distrito de Haqira, Provincia de Cotabambas – Apurímac**, por lo que suplico facilitar una información veraz y objetiva.

I. Datos generales

Género: a) Masculino () b) Femenino ()

Edad: 20 – 30 () 31 – 40 () 41 – 50 () 51 a más ()

Actividad Económica a que se dedica.....

1. En que temporadas se cuenta con mayor visita de turistas

() Enero a marzo () Abril a junio () Julio a setiembre () Octubre a diciembre

2. ¿Cuál es el motivo que atrae mayormente la visita de los turistas al distrito de Haqira?

() Aniversario de Haqira () Festividades religiosas () Huaylia (takanacuy)

3. Con qué frecuencia se cuenta con la visita de los turistas en el distrito de Haqira

() Diario () semanal () Quincenal () Mensual

4. Qué factores son los que limitan el desarrollo del turismo en el Distrito de Haqira

- a) _____Accesos/ Estado de los caminos
- b) _____Señalética
- c) _____Servicios básicos en áreas rurales
- d) _____Promoción turística



- e) _____ Información turística
- f) _____ Calidad de oferta de restaurantes y alojamiento
- g) _____ Conservación del medio ambiente
- h) _____ Falta de actividad que rompan estacionalidad
- i) _____ Servicio de transporte rural.

II. Desarrollo de las dimensiones

Ítem	A continuación, en función a las preguntas que se le presenta, marque la alternativa que crea por conveniente en el recuadro que corresponda	Muy Bueno	Bueno	Regular	Poco	Muy poco
5.	En qué medida con la presencia de turistas en el Distrito de Haqira los atractivos turísticos se han puesto en valor.	5	4	3	2	1
6.	Cómo evalúa el fomento de los atractivos turísticos en el Distrito de Haqira.	5	4	3	2	1
7.	Cómo evalúa el Crecimiento Económico del Distrito de Haqira.	5	4	3	2	1
	Usted cree que el fomento de los atractivos turísticos del Distrito de Haqira genere el Crecimiento Económico local.	5	4	3	2	1
9.	En qué medida la Municipalidad Distrital de Haqira impulsa el fomento del turismo local.	5	4	3	2	1
10.	En qué medida los atractivos turísticos del Distrito de Haqira se difunden a nivel nacional e internacional.	5	4	3	2	1
11.	Cómo evalúa la cantidad de atractivos turísticos que existe en el Distrito de Haqira.	5	4	3	2	1

Ítems	Muy Alta	Alta	Moderado	Baja	Muy Baja
Dimensiones de variable independiente: Arqueológico y monumental					
1. Cómo evalúa el promedio de turistas regionales que visitan al patrimonio arquitectónico y monumental (Qaqacarcel) durante la semana.	5	4	3	2	1
2. Cuál es el promedio de turistas nacionales que visitan a las edificaciones (Qaqacarcel) durante la semana.	5	4	3	2	1
3. Cuál es el promedio de turistas internacionales que visitan el patrimonio arquitectónico (Qaqacarcel) Durante la semana.	5	4	3	2	1
4. Cómo evalúa el promedio de turistas que visitan el patrimonio arquitectónico (Markansaya) en una semana.	5	4	3	2	1
Dimensiones de variable independiente: Religioso	5	4	3	2	1
5. Cuál es el promedio de turistas que viajan por conocer los templos coloniales durante el mes	5	4	3	2	1
6. Qué promedio de turistas visitan por las festividades religiosas	5	4	3	2	1
7. Cómo evalúa la cantidad de personas que visitan el Distrito de Haqira por participar o conocer las danzas religiosas del lugar	5	4	3	2	1
Dimensiones de variable independiente: Gastronómico	5	4	3	2	1
8. Cuál es el promedio de visitantes que van por degustar los platos típicos de la zona	5	4	3	2	1
9. En qué medida se sienten satisfecho los turistas con los platos típicos de la zona	5	4	3	2	1
Dimensiones de variable independiente: Folclórico	5				
10. Cuál es el promedio de turistas que participan en las actividades folclóricas	5	4	3	2	1
11. Cuál es el promedio de turistas que se interesan en conocer las actividades folclóricas de la zona	5	4	3	2	1
Dimensiones de variable independiente: Familiar					
12. En qué medida los turistas visitan a sus familiares por conocer los atractivos turísticos de la zona	5	4	3	2	1
13. Cuál es el promedio de turistas que viajan por sus amistades al Distrito de Haqira	5	4	3	2	1
Dimensiones de variable dependiente: Servicios (transportes, hospedajes y restaurantes)	Muy Satisfecho	Satisfecho	Regularmente	Poco Satisfecho	Nada Satisfecho
14. Cómo evalúa la cantidad de empresas que ofrecen el servicio de transportes a los turistas que visitan la localidad	5	4	3	2	1

15. En qué medida está satisfecho con el costo de los servicios que brinda su empresa por los turistas	5	4	3	2	1
16. En qué medida es aceptable el promedio de empresas dedicadas al servicio de turismo	5	4	3	2	1
17. Considera que el turismo sea una fuente primordial para el ingreso económico del Distrito de Haquira	5	4	3	2	1
18. En qué medida está satisfecho con los ingresos obtenidos por la visita de los turistas a esta localidad	5	4	3	2	1
19. En qué medida considera que la presencia de turistas genera oportunidad laboral en el Distrito de Haquira	5	4	3	2	1
20. Cómo evalúa la cantidad de clientes que ingresan a su empresa debido a las actividades turísticas	5	4	3	2	1
21. En qué medida se encuentra satisfecho con la cantidad de clientes en el servicio que ofrece	5	4	3	2	1
Dimensiones de variable dependiente: Bienes (productos comerciales)	5	4	3	2	1
22. En qué medida se encuentra satisfecho con la cantidad de productos ofrecidos	5	4	3	2	1
23. Qué tan satisfecho se encuentra con la cantidad de tiendas artesanales	5	4	3	2	1

GUIA DE ENTREVISTA

Fecha:15/03/2021

Hora: 07:15pm

Lugar: Vía online Meet

Entrevistadores:

- Bach. Fany Victoria Abarca Huayna
- Bach. Mary Luz Curitumay Alfaro

Entrevistado:

- Ing. Gonzalo Paz Velásquez Collque, alcalde de la Municipalidad Distrital de Haquira

Ing. Gonzalo Paz Velásquez Collque, alcalde de la Municipalidad Distrital de Haquira. Muy buenas noches, somos bachilleres de la facultad de ciencias administrativas de la Universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac, en esta oportunidad nos encontramos realizando un estudio de investigación titulado: “Turismo Cultural y crecimiento económico local del Distrito de Haquira, Provincia de Cotabambas - Apurímac”; cuyo objetivo es determinar en qué medida el fomento del Turismo Cultural se relaciona con el Crecimiento Económico local del Distrito de Haquira. Para ello requerimos de su tiempo y su valiosa colaboración, por lo que solicitamos a su digna autoridad hacerle la entrevista por este medio y la información que se obtengan servirán solo para efectos netamente académicos y de investigación. De antemano agradecemos su colaboración.

1) ¿Cuál es la importancia del turismo en el crecimiento económico local a nivel del Distrito de Haquira?

El turismo es una de las actividades económicas de vital importancia para el Distrito, toda vez que tenemos en la actualidad sitios arqueológicos, paisajes únicos y espectacular, y expresiones de carácter cultural como son la variedad de danzas en el Distrito. muchas personas que trabajan en los Distritos alrededor buscan un lugar apropiado para recrearse, para descansar, para pasear, entretenerse o solo admirar la belleza del paisaje, o ver las expresiones artísticas. o sitios arqueológicos. Haquira representa todo ello.

2) ¿De qué manera el turismo cultural ha contribuido en el crecimiento económico local del Distrito de Haquira?



Como gestión municipal desde el 2019 se ha impulsado expresiones culturales como las danzas. por ejemplo... en el 2019, tras una gestión realizada por Marco Astete hijo, y Fred Arredondo, el Ministerio de Cultura declaro la danza de la huayliya Haquireña como Patrimonio Cultural de la nación, así que se ha impulsado su práctica en general, desde las instituciones educativas de inicial, primaria y secundaria, lo que ha motivado la confección de trajes, días festivos de concurso, que ha atraído a muchos visitantes de los Distritos cercanos, quienes al venir consumen los platillos que se preparan, se quedan hospedados, entran a las tiendas, etc.

3) ¿Cuáles son las acciones que se ha emprendido para el fomento del turismo cultural durante su gestión?

Hemos tomado varias acciones, algunas de ellas, por ejemplo:

Primero. Hemos pergeñado y creado la actividad “tikariy waqanqi condorpata 2019 y 2020” aun lo pueden visualizar en el Facebook, buscando condorpata Haquira 2019 y 2020, esta actividad ha sobrepasado muchas otras con la principal característica de que se evita el consumo exagerado de alcohol y otros vicios, más bien enfocándose en el canto (qahswa) y las comunidades también han presentado diferentes tipos de expresiones en danza. Por otro lado, la belleza del paisaje de condorpata con sus muchísimas lagunas, les ha añadido un atractivo natural a las costumbres Haquireñas.

Otro, hemos generado concursos de la huayliya Haquireña, el patronato de la huayliya en coordinación con la Municipalidad hemos fomentado la práctica de la huaylia desde los jardines de niños, escuelas y colegios. Una mayor participación de los barrios, del wichay ayllu y el uray ayllu, han sido algunas acciones.

Se ha construido por ejemplo la vía de acceso a mayumbamba que estaba en abandono y mucho deterioro por muchos años, ahora se tiene una vía en emboquillado de piedra, y a la vez vamos a complementar con un tallado de la piedra sillar de manera artística, y tenemos en proyecto, casi por iniciar la ejecución de un canopy o zipline, que consiste en cables lanzados entre los morros de huista y de qoñaunco, lo que tambien sera un atractivo, la Municipalidad ya ha realizado la proyección y expediente técnico de dicha intervención.

Se ha concluido con la construcción del anfiteatro que es el lugar donde se practican las corridas de toros, que es una actividad de mucha preferencia de los Haquireños, y que ha dado cita a multitudes con la respectiva venta de productos diversos hechos por manos Haquireñas.

Principalmente se ha disminuido el consumo excesivo del alcohol y se ha incentivado la práctica sana de la danza, la música el arte, entre otras cosas. Estas son algunas de las acciones que se ha tomado.

4) ¿De qué manera el fomento del turismo se relaciona con el crecimiento económico local del Distrito de Haqira?

La relación es directa, el turista viene con dinero, lo que emplea para desayunar, almorzar, consumir en tiendas, se queda en los hospedajes del lugar, y esto contribuye directamente en la economía de nuestros pobladores.

5) ¿Como el turismo arqueológico se relaciona con las actividades comerciales y de servicios en la localidad de Haqira?

De igual manera, por esa razón, vamos a realizar esos tallados en la roca, lo que va a significar incrementar los atractivos a nuestro Distrito. y con ello impulsar visitar otros centros arqueológicos que tenemos en la zona.

6) ¿Cuál es el monto destinado para el fomento del turismo a nivel del Distrito de Haqira?

Cada año se ha destinado un presupuesto de la municipalidad para fomentar las actividades culturales y de paso atraer las visitas en nuestra zona, ahora por ejemplo tenemos un proyecto para ejecutar por un monto de aprox 1.5 millones.

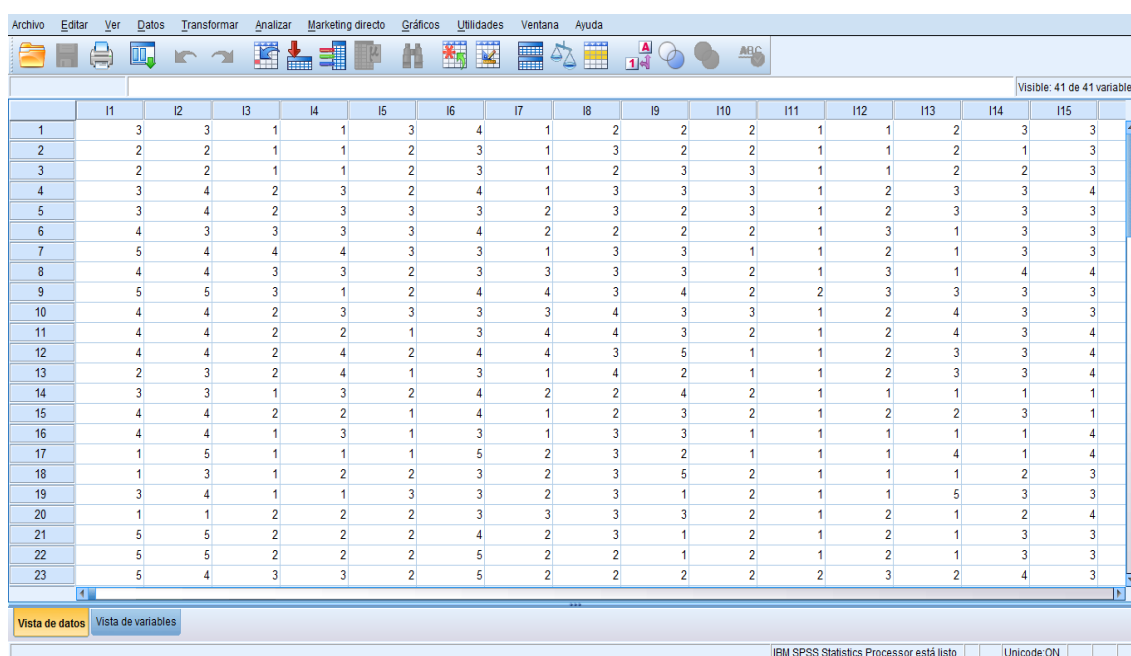
7) ¿En qué medida el principal atractivo turístico de Haqira (Ccacca Carcel) contribuye en el crecimiento económico de la población?

Qaqa carcel, representa la punta del iceberg solamente, de todos modos es nuestro principal atractivo desde la antigüedad, y como ya es conocido, y ustedes habrán visto, hemos hecho las gestiones para promocionar por ejemplo por frecuencia latina, el canal 2 ha tenido la amabilidad de promocionar nuestro qaqa carcel, y mucha gente a nivel nacional e internacional lo ha visto, producto de ello, también se generan las visitas, ya en el sitio, la gente pregunta que más hay para visitar, entonces... les señalamos el resto de los atractivos. tenemos varias actividades económicas, pero el turismo es uno de los principales que

hemos iniciado para fortalecerlo, seguramente en el tiempo seguirán las acciones para llevar adelante esta actividad.

Los Distritos cercanos son zonas de trabajo y empleo, Haquira representa un lugar para descansar de las cargas de la semana, un lugar de solaz, un lugar de entretenimiento, un lugar para recrearse, y también para disfrutar de diversos platos típicos que se preparan a base de la trucha y el cuy.

Datos del spss



	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15
1	3	3	1	1	3	4	1	2	2	2	1	1	2	3	3
2	2	2	1	1	2	3	1	3	2	2	1	1	2	1	3
3	2	2	1	1	2	3	1	2	3	3	1	1	2	2	3
4	3	4	2	3	2	4	1	3	3	3	1	2	3	3	4
5	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	3
6	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	1	3	1	3	3
7	5	4	4	4	3	3	1	3	3	1	1	2	1	3	3
8	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	1	4	4
9	5	5	3	1	2	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3
10	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	1	2	4	3	3
11	4	4	2	2	1	3	4	4	3	2	1	2	4	3	4
12	4	4	2	4	2	4	4	3	5	1	1	2	3	3	4
13	2	3	2	4	1	3	1	4	2	1	1	2	3	3	4
14	3	3	1	3	2	4	2	2	4	2	1	1	1	1	1
15	4	4	2	2	1	4	1	2	3	2	1	2	2	3	1
16	4	4	1	3	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	4
17	1	5	1	1	1	5	2	3	2	1	1	1	4	1	4
18	1	3	1	2	2	3	2	3	5	2	1	1	1	2	3
19	3	4	1	1	3	3	2	3	1	2	1	1	5	3	3
20	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	1	2	1	2	4
21	5	5	2	2	2	4	2	3	1	2	1	2	1	3	3
22	5	5	2	2	2	5	2	2	1	2	1	2	1	3	3
23	5	4	3	3	2	5	2	2	2	2	2	3	2	4	3

Nota: elaboración propia, 2019